

**PENGEMBANGAN PARIWISATA MELALUI PELESTARIAN
KESENIAN REYOG PONOROGO DALAM MEWUJUDKAN
*CITY BRANDING***

(Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Menempuh Ujian Skripsi pada Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya**

Rhisna Dyah Aliska Dewi

125030107111129



**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI PUBLIK
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2017**

MOTTO

Do the Best, be Good, Then You Will be the Best
(Lakukan yang baik, jadilah Bagus, Maka Kamu akan
Menjadi yang Terbaik)

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengembangan Pariwisata Melalui Pelestarian Kesenian
Reyog dalam Mewujudkan *City Branding* (Studi Pada
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo)

Disusun oleh : Rhisna Dyah Aliska Dewi

NIM : 125030107111129

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Administrasi Publik

Malang, 13 Desember 2017

Komisi Pembimbing

Ketua



Prof. Dr. Soesilo Zauhar, MS

Anggota



Niken Lastiti VA, S.AP, M.AP

TANDA PENGESAHAN

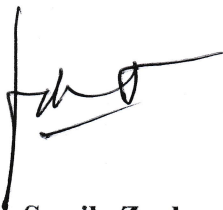
Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 11 Januari 2018
Jam : 12.00 – 13.00 WIB
Skripsi atas Nama : Rhisna Dyah Aliska Dewi
Judul : Pengembangan Pariwisata Melalui Pelestarian Kesenian Reyog Ponorogo dalam Mewujudkan *City Branding* (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo)

Malang, 15 Januari 2018

DINYATAKAN LULUS MAJELIS PENGUJI

Ketua



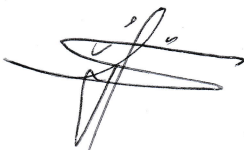
Prof. Dr. Soesilo Zauhar, MS
NIP. 19540306 197903 1 005

Anggota 1



Niken Lastiti VA, S.AP., M.AP
NIP. 19800210 200501 2 002

Anggota 2



Dr. Abdullah Said, M.Si
NIP.19570911 198503 1 003

Anggota 3



Andhyka Muttaqin, S.AP., M.PA
NIP. 2011078504211001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi yang berjudul **"Pengembangan Pariwisata Melalui Pelestarian Kesenian Reyog dalam Mewujudkan *City Branding*"** tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70)

• Malang, Desember 2017



Rhisna Dyah Aliska Dewi
125030107111129

RINGKASAN

Rhisna Dyah Aliska Dewi. 2017. **PENGEMBANGAN PARIWISATA MELALUI PELESTARIAN Kesenian REYOG PONOROGO DALAM MEWUJUDKAN *CITY BRANDING*** (Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo) 1) Prof. Dr. Soesilo Zauhar, MS 2) Niken Lastiti VA, S.AP, M.AP **142 Hal + XVI**

Dikenalnya Ponorogo dengan sebutan Kota Reyog secara tidak langsung menuntut Pemerintah Daerah harus mampu menjadikan kesenian reyog di Kabupaten Ponorogo berbeda dengan yang ada di daerah lain. Pengelolaan kesenian reyog di Kabupaten Ponorogo menjadi sebuah hal yang harus tetap dilaksanakan agar kesenian reyog tetap dapat berkembang sehingga dapat tetap dinikmati oleh generasi muda. Pemkab Ponorogo memiliki peran penting atas kebijakan social menentukan arah pembangunan daerah Kabupaten Ponorogo secara mikro maupun makro sekaligus bertanggungjawab terhadap penggalan, pengembangan dan pengelolaan secara sistematis atas keseluruhan potensi termasuk didalamnya kesenian reyog sebagai warisan tradisi maupun sebagai asset budaya dan pariwisata.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu analisis data model interaktif dari Miles, Huberman dan Saldana. Penelitian dilakukan dengan melakukan Wawancara, Observasi dan Dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengembangan Pariwisata Melalui Pelestarian Kesenian Reyog Ponorogo dalam Mewujudkan *City Branding* yang dikoordinir oleh Dinas Kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Ponorogo dilakukan dengan (1) Membentuk *city branding*. Hal ini dilakukan dengan Pemilihan reyog sebagai sebuah *Attributes*, mengangkat keunikan maupun ciri khas yang dimiliki didalam kesenian reyog ponorogo (*Differentiation*), Membangun cerita dari reyog ponorogo berdasarkan sejarah untuk meyakinkan pengunjung (*Messages*), meningkatkan jumlah wisatawan untuk berkunjung dan tinggal di Kabupaten Ponorogo (*ambassadorship*). (2) Pengembangan Pariwisata. Hal ini dilakukan dengan Kegiatan promosi melalui media massa, sosial media, pengadaan event, dan penjualan pernik-pernik khas, peningkatan aksesibilitas yakni dengan meningkatkan perbaikan terhadap kondisi sarana jalan dan prasarana penerangan jalan, pengembangan SDM yang dilakukan dengan mengadakan pembinaan, pelatihan dan pendataan untuk 340 grup reyog yang telah dibentuk oleh masyarakat, melakukan kampanye nasional sadar wisata dengan membentuk Kelompok Sadar Wisata.

Mengacu pada hasil analisis tersebut terdapat 2 saran yaitu, 1) Pemerintah Kabupaten Ponorogo seharusnya melakukan perbaikan sarana penunjang pariwisata seperti perbaikan kondisi jalan, serta pengadaan fasilitas penerangan jalan. Selain itu, sektor kepariwisataan harus ditunjang dengan perencanaan yang matang dan tertata, yang dapat dilakukan dengan penyusunan Master Plan Kepariwisataaan. 2) Pemanfaatan teknologi informasi perlu ditingkatkan untuk mengenalkan dan mempromosikan keunikan dan kekayaan kesenian reyog yang dimiliki oleh kabupaten ponorogo.

Kata Kunci : Pengembangan Pariwisata, Kesenian Reyog, City Branding

SUMMARY

NamaLengkap, 2017.TOURISM DEVELOPMENT THROUGH CONSTRUCTION OF REYOG PONOROGO ARTICLES IN MAKING CITY BRANDING(Study On Culture and Tourism Office of Ponorogo Regency) 1) NamaDosen2) NamaDosen146Pages + XVI

The recognition of Ponorogo as the City of Reyog indirectly demanded the Local Government should be able to make reyog art in Ponorogo regency is different from those in other areas. The management of reyog art in Ponorogo regency becomes a thing that must be implemented so that the art of reyog can still be developed so that it can be enjoyed by the young generation. Ponorogo regency has an important role in the social policy of determining the direction of the development of Ponorogo Regency region both micro and macro as well as responsible for the systematic excavation, development and management of the entire potential including reyog art as a traditional heritage as well as cultural and tourism assets.

The research method used is descriptive research with qualitative approach. Techniques of collecting data through interviews, observation and documentation. Data analysis used is interactive data model analysis from Miles, Huberman and Saldana. The research was conducted by conducting Interview, Observation and Documentation.

The results of this study indicate that Tourism Development through the Preservation of Arts Reyog Ponorogo in Realizing City Branding coordinated by the Department of Culture and tourism Ponorogo Regency is done by (1) Establish city branding. This is done by Reyog Selection as an Attributes, highlighting the uniqueness and characteristic of the reyogponorogo art (Different), building stories of historical ponorogoreyogs to convince visitors (Messages), increasing the number of tourists to visit and live in Ponorogo District (ambasadorship). (2) Tourism Development. This is done with promotional activities through mass media, social media, event procurement, and sales of typical knick-knacks, increased accessibility by improving the condition of road facilities and road lighting, developing the tourism object and providing recommendations to investors to continue developing tourist attractions, developing human resources by conducting guidance, training and data collection for 340 reyog groups that have been formed by the community, conducting a conscious national tourism campaign by forming a Conscious Travel Group. Referring to the results of the analysis there are 3 suggestions that is, 1) the Government remains consistent and more attempt again in preserving the art of reyog Ponorogo regency brand will remain the identity of the region. 2) Need to do promotions via television by showing when the reyog live for live because now only the footage is shown on television. 3) The government should better maintain and improve the quality of care from reyog conditions for better.

Keywords: Tourism Development, Art of Reyog, City Branding

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunianya sehingg penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengembangan Pariwisata Melalui Pelestarian Kesenian Reyog dalam Mewujudkan *City Branding*”**.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Publik pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini banyak mendapatkan dukungan baik secara moril maupun materil dalam mengkaji dan menyelesaikan karya ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
2. Bapak Dr. Choirul Shaleh, M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Ibu Dr. Lely Indah Mindarti, M.Si selaku Ketua Progam Studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
4. Bapak Prof. Dr. Soesilo Zauhar, MS selaku dosen pembimbing pertama, yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan dukungan yang bermanfaat bagi peneliti.
5. Ibu Niken Lastiti, S.AP, M.AP selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan dan semangat penuh kesabaran hingga selesainya penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Administrasi, khususnya dosen jurusan Administrasi Publik yang selama ini telah memberikan dan menularkan kajian keilmuannya kepada penulis selama proses perkuliahan maupun diluar perkuliahan.
7. Segenap staf Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

8. Seluruh pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo, terutama untuk Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang telah memberikan ijin untuk peneliti dalam mengambil data yang diperlukan.
9. Seluruh Warga Kabupaten Ponorogo, khususnya Grup Reyog yang telah memberikan informasi yang bermanfaat.
10. Untuk Kedua orang tua tercinta ayahanda Sidik Triono dan Ibunda Supiyah, terima kasih atas kasih sayang yang tak terhingga, doa, dukungan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini hingga selesai.
11. Adikku tersayang, Wahyu Aji Tri Prasetyo yang selalu memberikan semangat dan doanya.
12. Teman sekaligus sahabat yang ada di hati, Gamal Putra Risanggalih yang telah memberikan semangat, dukungan, doa serta motivasi selama proses pengerjaan hingga terselesaikannya skripsi ini.
13. Sahabat tercinta yang selalu ada, Yuli Susantini dan Lailatun Nikmah yang terus memberikan bantuan, dukungan, semangat dan ejekan agar segera menyelesaikan penulisan skripsi.
14. Seluruh teman-teman di FIA angkatan 2012 yang telah membantu, memberikan semangat selama proses perkuliahan serta penyusunan skripsi.

Demi kesempurnaan skripsi ini, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, Desember 2017

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
MOTTO	ii
PERSEMBAHAN.....	iii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kontribusi Penelitian.....	10
E. Sistematika Penelitian	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Administrasi Pembangunan	
1. Definisi Pembangunan	13
2. Konsep Pembangunan.....	14
3. Administrasi Pembangunan	14
4. Ciri-ciri Administrasi Pembangunan	16
B. Pariwisata	
1. Definisi Pariwisata	17
2. Tujuan Pariwisata.....	19
3. Bentuk Pariwisata.....	19
4. Jenis-jenis Pariwisata	21
C. Pengembangan Pariwisata	
1. Pengertian Pengembangan Pariwisata	22
2. Tahap-tahap PengembanganPariwisata.....	32
3. Tujuan dan Sasaran Pengembangan Pariwisata	34
D. Konsep <i>City Branding</i>	
1. Definisi <i>Brand</i>	36
2. <i>Brand Identity</i>	37
3. <i>Brand Positioning</i>	38
4. <i>Brand Image</i>	39
5. <i>Brand Strategy</i>	40

6. Definisi <i>City Branding</i>	41
7. Kriteria <i>City Branding</i>	43
8. <i>City Branding</i> : Kota sebagai Produk	44
E. Peran Pemerintah dalam Pengembangan Pariwisata	45
F. Budaya Lokal	
1. Pengertian Budaya	47
2. Pengertian Budaya Lokal	47

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	50
B. Fokus Penelitian	51
C. Lokasi dan Situs Penelitian	52
D. Sumber dan Jenis Data	54
E. Teknik Pengumpulan Data.....	57
F. Instrumen Penelitian.....	59
G. Metode dan Analisis Data	59
H. Keabsahan Data.....	63

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	
1. Wilayah Kabupaten Ponorogo	65
a. Kondisi Geografis dan Demografi	65
b. Sejarah Kabupaten Ponorogo	66
c. Visi dan Misi Kabupaten Ponorogo	68
2. Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo	70
a. Dasar Hukum	70
b. Struktur Organisasi Dinas	75
3. Sejarah Kesenian Reyog	80
a. Cerita Reyog Versi Kerajaan Bantarangin	80
b. Cerita Reyog yang Sampai Sekarang	81
c. Pemain dan Karakter dalam Kesenian Reyog	81
d. Alat Musik dalam Kesenian Reyog	83
B. Penyajian Data Fokus Penelitian	
1. Pengembangan Pariwisata Melalui Pelestarian Kesenian Reyog dalam Mewujudkan <i>City Branding</i>	85
1.1 Kriteria terwujudnya <i>City Branding</i>	85
a. <i>Attributes</i>	88
b. <i>Messages</i>	91
c. <i>Differentiation</i>	93
d. <i>Ambassadorship</i>	93
1.2 Pengembangan Pariwisata	95
a. Promosi	95
b. Pengembangan Aksesibilitas	99
c. Pengembangan Objek Wisata	101
d. Pengembangan Sumber Daya Manusia.....	102
e. Kampanye Nasional Sadar Wisata	106

2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Pariwisata	107
2.1	Faktor Pendukung	107
2.2	Faktor Penghambat	111
C.	Analisis Data	
1.	Pengembangan Pariwisata Melalui Pelestarian Kesenian Reyog dalam Mewujudkan <i>City Branding</i>	112
1.1	Kriteria terwujudnya <i>City Branding</i>	112
a.	<i>Attributes</i>	114
b.	<i>Messages</i>	115
c.	<i>Differentiation</i>	115
d.	<i>Ambassadorship</i>	116
1.2	Pengembangan Pariwisata	117
a.	Promosi	117
b.	Pengembangan Aksesibilitas	125
c.	Pengembangan Objek Wisata	126
d.	Pengembangan Sumber Daya Manusia	127
e.	Kampanye Nasional Sadar Wisata	130
2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengembang Pariwisata	132
2.1	Faktor Pendukung	132
2.2	Faktor Penghambat	135
BAB V PENUTUP		
1.	Kesimpulan	137
2.	Saran	138
DAFTAR PUSTAKA		140
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1	Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Kabupaten Ponorogo	8
2	Jumlah Grup Reyog Kabupaten Ponorogo Per Kecamatan	105

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1	Identitas Positioning dalam Proses Brand	39
2	Komponen-Komponen Analisis Data Model Interaktif.....	62
3	Peta Kabupaten Ponorogo	66
4	Stuktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo	79
5	kesenian reyog dan singo barong yang telah menjadi ikon kabupaten Ponorogo	89
6	Brand Kabupaten Ponorogo melalui Kesenian Reyog Ponorogo	92
7	Reyog Ponorogo	94
8	Kegiatan Kirab tingkat Kabupaten sebagai salah satu ajang mempromosikan kesenian reyog bagi para wisatawan	96
9	Gapura Perbatasan Kabupaten Ponorogo	98
10	Gapura Wilayah Kecamatan Kota Ponorogo	98
11	Toko Souvenir oleh-oleh khas Ponorogo.....	99
12	Studi Banding Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo ke Disbudparpora Kota Bandung Tahun 2017.....	104
13	Peran dan Partisipasi masyarakat dalam melestarikan kesenian Reyog	110

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul
1	Daftar Pertanyaan Wawancara Penelitian
2	Data Organisasi Kesenian Reyog Kecamatan Se Kabupaten Ponorogo
3	Surat Riset
4	<i>Curriculum Vitae</i>

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berdasarkan undang-undang Dasar Republik Indonesia 1945 (hasil amandemen kedua) pada Bab IV, Indonesia merupakan Negara Kesatuan yang berbentuk Republik. Negara Kesatuan Republik Indonesia dibagi atas daerah-daerah provinsi, dan provinsi dibagi atas kabupaten dan kota dimana Saat ini di Indonesia terdapat 34 provinsi yang didasari oleh Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah. (www.Depdagri.Gov,2016)

Sebagai imbas dari lahirnya otonomi daerah, setiap daerah memiliki hak, wewenang, dan kewajiban didalam mengatur dan mengurus sendiri urusan urusan rumah tangga dan kepentingan masyarakat daerahnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan.Sistem otonomi daerah Menurut Kaho (2000:12),dapat menjadi alat bagi daerah agar bisa berkembang mandiri, baik dari segi peranan pembangunan serta promosi daerah itu sendiri.

Penyelenggaraan pemerintahan yang dilimpahkan kepada daerah Kabupaten dan Kota dilaksanakan dengan memberikan kewenangan yang seluas-luasnya, nyata, dan bertanggung jawab dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah secara proporsional. Hal ini Menurut Kaho (2000:12), pelimpahan tanggung jawab akan diikuti oleh pengaturan pembagian, dan pemanfaatan serta sumber daya nasional yang berkeadilan, serta perimbangan keuangan pusat dan daerah. dalam mengurus dan mengatur rumah tangga sendiri, sudah barang tentu

daerah memerlukan biaya yang cukup besar guna membiayai penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan di daerah. Oleh karena itu daerah diberi hak dan wewenang untuk menggali potensi dalam setiap sektor guna memenuhi kebutuhan rumah tangga di daerah yang salah satunya dapat dilakukan dengan memanfaatkan peluang akan potensi pariwisata.

Dalam era globalisasi, pemanfaatan sektor pariwisata Menurut Fandeli (2001:26) merupakan salah satu kegiatan yang mempunyai peranan yang sangat strategis dan dapat menopang pembangunan perekonomian nasional. Sektor Pariwisata digadang-gadang selain sebagai salah satu sumber penghasil devisa, juga merupakan sektor yang mampu menyerap tenaga kerja dan mendorong perkembangan akan investasi. Untuk mengembangkan sektor Pariwisata, pemerintah berusaha keras membuat rencana dan berbagai kebijakan yang mendukung kearah kemajuan sektor ini. Salah satu kebijakan didalam mengembangkan sektor pariwisata yakni dengan menggali, menginventarisir dan mengembangkan obyek-obyek wisata yang ada sebagai daya saing dan daya tarik utama bagi wisatawan.

Pariwisata sendiri merupakan kegiatan melakukan perjalanan yang bertujuan untuk mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah, dan lain-lain. Pariwisata sangat berperan penting untuk membuka dan memperluas peluang kerja, sebagai pendorong bagi pembangunan daerah tersebut, memperbesar pendapatan daerah, memperkenalkan kebudayaan daerah, melestarikan lingkungan hidup, serta dapat menanamkan rasa cinta tanah air

terhadap nilai-nilai kebudayaan. Apabila pada suatu daerah pariwisatanya menarik dan berkembang akan mendatangkan wisatawan dari dalam negeri maupun wisatawan mancanegara untuk berkunjung dan hal tersebut akan memberikan kontribusi yang bagus untuk daerah karena dapat menambah pemasukan devisa negara dan APBD ataupun PAD di setiap daerah. Secara tidak langsung dengan adanya hal tersebut dapat mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan sekaligus juga memberikan dampak positif bagi pelaku usaha disekitarnya seperti pedagang, pertanian, usaha penginapan atau perhotelan, rumah makan atau restoran, transportasi, dan penyedia jasa lainnya.

Pengembangan pariwisata dengan memperhatikan kebudayaan sangatlah penting agar jiwa kebudayaan suatu negara/daerah tidak luntur, sehingga perlu ditumbuhkan kemampuan untuk mengembangkan nilai budaya daerah yang luhur dan beradab, serta menyerap nilai budaya asing yang positif untuk memperkaya kebudayaan. Kebudayaan merupakan keseluruhan gagasan dan karya manusia yang harus dibiasakan dengan belajar, beserta hasil dari budi dan karyanya itu. Kebudayaan perlu untuk dilestarikan dan cara yang tepat untuk melestarikan sebuah kebudayaan dengan cara mempelajarinya serta menerapkannya. Proses pembelajaran mengenai kebudayaan itu harus dimulai dari proses pendidikan. Menurut Mustopo dalam Sahidu (1991:10) hal ini dikarenakan:

Wawasan kebudayaan nasional itu terbentuk dalam proses pendidikan yang akan berkembang lebih fungsional jika didukung oleh adanya keterbukaan budaya yang lahir dari budaya keterbukaan. Keterbukaan budaya juga memberi peluang terciptanya suasana yang mendorong bagi terjadinya kreatifitas budaya

yang luhur, yang pada akhirnya menjadikan Pancasila sebagai pengejawentahan nilai-nilai kehidupan sehari-hari. Tolak ukur adanya keterbukaan budaya dalam meningkatkan ketahanan nasional, apabila seluruh rakyat Indonesia mengamalkan nilai-nilai Pancasila sebagai kerangka acuan untuk mengatur tata hubungan manusia dengan lingkungan sekitarnya.

Sebagai salah satu daerah otonom, Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu provinsi yang menjadi pusat wilayah timur Indonesia dan memiliki perekonomian yang cukup tinggi, banyak daerah di Jawa Timur yang memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi salah satunya adalah Kabupaten Ponorogo. Pusat kota Kabupaten Ponorogo yang terletak di bagian Barat Daya Provinsi Daerah Tingkat I Jawa Timur mempunyai keuntungan lokasi yang strategis karena merupakan pusat kegiatan regional Madiun-Pacitan-Trenggalek-Wonogiri (Jawa Tengah) dan Magetan. Keberadaan pusat kota yang strategis membawa keuntungan tersendiri untuk daerahnya.

Kabupaten Ponorogo dikenal dengan sebutan Kota REOG karena disanalah kesenian reyog terlahir. Sebutan Kota REOG merupakan singkatan dari kata Resik, Endah, Omber, Girang-gemirang yang artinya Ponorogo diharapkan menjadi kota yang bersih, indah, murah, sehingga masyarakatnya selalu bahagia. Slogan Reog tersebut dimunculkan oleh Bupati Ponorogo saat itu yaitu Markum Singodimendjo. Lahirnya slogan tersebut memunculkan perbedaan pemikiran dari masyarakat antara Reog atau Reyog. Kata Reyog merupakan penulisan nama yang sebenarnya untuk kesenian reyog yang berasal kepanjangan dari rasa kidung, Ingwang (dibaca Engwang) suksma adi luhung, Hyang Widhi, Olah kridaning

Gusti, Gelar gulung karsaning sang maha kuasa. Perbedaan penggunaan kata tersebut sudah tidak asing lagi untuk masyarakat disana, namun konon yang benar itu adalah reyog.

Sebutan Ponorogo Kota Reyog dimaksudkan pemerintah daerah supaya Ponorogo memiliki nilai jual kepada dunia dengan beberapa karakter kota Ponorogo yang ditonjolkan. Menurut Kotler dan Keller (2009:36) yang menjelaskan *Brand* adalah sebuah penanda yang mengidentifikasi sebuah perusahaan, produk, jasa, tempat, dan lain-lain, dengan menggunakan simbol yang unik dan membedakannya dengan produk serupa di pasaran. *Branding* adalah serangkaian proses dan aktivitas untuk menciptakan suatu *brand*. *Branding* sebagai upaya untuk meliputi suatu produk atau jasa dengan kekuatan suatu *brand*.

Melalui *city branding*, diharapkan pemerintah daerah kabupaten Ponorogo harus bisa menentukan *positioning* dari kota ini untuk dijadikan *Brand Positioning*. Kotler dan Keller, (2009:46) mengungkapkan bahwa, sebuah produk sudah menjadi *brand*, maka konsumen akan loyal terhadap *brand* tersebut dan tidak keberatan membayar harga premium. Bertolak dari prespektif inilah maka *branding* juga diterapkan pada lokasi geografis (kota, negara, atau tempat tertentu), dan terutama untuk destinasi wisata karena secara komersial pemasaran destinasi wisata lebih mudah didefinisikan.”

Urgensi dari *brand positioning* yakni bagian dari upaya branding yang antara lain meliputi *brand personality*, *brand positioning*, serta *brand identifiers* seperti yang diungkapkan oleh Kotler dan Keller (2009:64) adalah

“Seiring dengan perkembangan teori dan praktek pemasaran, konsep dan teori *branding* juga diaplikasikan secara luas. Domain pemasaran diperluas tidak saja mencakup produk fisik dan produk komersial, tetapi juga diaplikasikan untuk jasa, pengalaman, kejadian, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi, dan ide. upaya *branding* bisa dilakukan dengan banyak cara, akan tetapi yang umum dilakukan adalah dengan menentukan *brand personality*, *brand positioning*, dan *brand identifiers (brand drivers)*.”

Dikenalnya Ponorogo dengan sebutan Kota Reyog secara tidak langsung menuntut Pemerintah Daerah harus mampu menjadikan kesenian reyog di Kabupaten Ponorogo berbeda dengan yang ada di daerah lain. Pengelolaan kesenian reyog di Kabupaten Ponorogo menjadi sebuah hal yang harus tetap dilaksanakan agar kesenian reyog tetap dapat berkembang sehingga dapat tetap dinikmati oleh generasi muda. Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Ponorogo memiliki peran sebagai tempat untuk menampung aspirasi serta kewenangan sosial masyarakatnya memiliki peran penting atas kebijakan sosial menentukan arah pembangunan daerah Kabupaten Ponorogo secara mikro maupun makro sekaligus bertanggung jawab terhadap penggalan, pengembangan dan pengelolaan secara sistematis atas keseluruhan potensi positif yang ada pada masyarakatnya, termasuk didalamnya kesenian reyog sebagai warisan tradisi maupun sebagai asset budaya dan pariwisata.

Untuk terus mengembangkan dan melestarikan kesenian reyog Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo mengeluarkan Instruksi Bupati No. 1 Tahun 1994 instruksi tersebut berisi bahwa : “Setiap Desa di Kabupaten Ponorogo Wajib Mempunyai Satu Reyog”. dengan diterbitkannya instruksi tersebut sudah jelas Pemerintah Kabupaten Ponorogo telah berupaya untuk tetap

melestarikan, mengembangkan dan terus memperkenalkan kesenian reyog agar masyarakatnya tetap menjaga nilai-nilai budaya dan yang pasti cinta terhadap tanah air.

Peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo dalam melestarikan, mengembangkan dan mengenalkan kesenian yang asli Ponorogo dengan mengadakan pembinaan dan pembelajaran kepada masyarakat Ponorogo untuk tetap menjaga dan melestarikan kesenian reyog tersebut. Maksud dari pembinaan tersebut adalah dinas melalui kecamatan-kecamatan yang ada di Ponorogo merujuk desa-desa yang mempunyai paguyuban reyog untuk mengikuti pagelaran tersebut, dan pagelaran itu dilakukan secara bergantian sesuai dengan jadwal yang disepakati oleh dinas terkait. Hal ini dimaksudkan agar terjadi proses pembelajaran sekaligus pembinaan bagi paguyuban tersebut. Banyak cara yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah melalui Dinas terkait untuk melestarikan kesenian reyog dalam rangka mewujudkan *City Branding* Kabupaten Ponorogo. Serta hal terpenting adalah sebagai sarana pengenalan kesenian reyog terhadap wisatawan khususnya wisatawan yang berasal dari luar daerah Ponorogo supaya wisatawan mengetahui dan tertarik terhadap kesenian reyog. berikut ini dapat ditampilkan jumlah kunjungan wisatawan ke kabupaten ponorogo berikut ini (Halaman 8)

Tabel 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Kabupaten Ponorogo

TAHUN	2013	2014	2015	2016
TOTAL	10318	11301	11409	12422
LIBURAN	9702	10782	10738	11631
BISNIS	394	401	425	449
KONVENSI	197	87	209	287
PENELITIAN	25	31	37	55

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo

Berdasarkan tabel diatas, Jumlah kunjungan wisata maupun jenis kegiatan lainnya selalu mengalami peningkatan disetiap tahunnya. Hal ini menjadi dasar pengembangan daerah Kabupaten Ponorogo menjadi kota tujuan wisata. Kabupaten Ponorogo memiliki peluang untuk lebih dikembangkan sebagai daerah tujuan wisata yang lebih menarik. Namun, sektor ini belum mendapat perhatian yang maksimal, baik dari pemerintah daerah maupun masyarakat. Hal tersebut dapat diamati dari adanya berbagai potensi wisata yang ada, baik wisata budaya maupun wisata alam yang belum “disentuh” atau dikembangkan. Padahal sektor pariwisata khususnya kekayaan akan kesenian tradisional reyog dapat menjadi sumber pendapatan bagi pemerintah daerah dan masyarakat jika dimanfaatkan secara optimal.

Kurangnya petunjuk lokasi pada masing-masing lokasi grup reyog, kurangnya promosi serta informasi akan keberadaan dari kesenian reyog baik oleh kelompok sadar wisata (POKDARWIS) maupun oleh Dinas kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo masih perlu diperbaiki dan perlu mendapatkan perhatian yang serius. melalui promosi, tentu akan menjadikan potensi wisata

akan kesenian reyog yang ada di Kabupaten Ponorogo semakin dikenal baik itu oleh para wisatawan asing maupun wisatawan mancanegara.

Pengembangan potensi akan kesenian reyog yang ada di Kabupaten Ponorogo dalam mewujudkan *City Branding* dianggap sangatlah penting. Selain dapat meningkatkan penghasilan bagi masyarakat lokal setempat, hal ini tentu akan berimbas pada perbaikan ekonomi maupun terhadap peningkatan dan kontribusinya bagi kemajuan dan pembangunan Kabupaten Ponorogo. Terkait permasalahan dan potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Ponorogo tersebut peneliti tertarik untuk mengambil judul yakni **“Pengembangan Pariwisata Melalui Pelestarian Kesenian Reyog Ponorogo dalam Mewujudkan *City Branding* (Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengembangan pariwisata melalui Pelestarian Kesenian Reyog Ponorogo dalam mewujudkan *city branding*?
2. Apa sajakah faktor pendukung dan faktor penghambat yang timbul dalam pengembangan pariwisata melalui pelestarian kesenian reyog Ponorogo dalam mewujudkan *city branding*?

C. Tujuan Penulisan

Dengan memperhatikan rumusan masalah diatas maka tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan terkait dengan pengembangan pariwisata melalui pelestarian kesenian reyog Ponorogo dalam mewujudkan *city branding*.
2. Mengetahui dan dapat mendeskripsikan faktor pendukung dan faktor penghambat yang timbul dalam pengembangan pariwisata melalui pelestarian kesenian reyog Ponorogo dalam mewujudkan *city branding*.

D. Kontribusi Penelitian

1. Manfaat Akademis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu administrasi publik terutama terkait dengan fungsi Pemerintah sebagai administrator.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dan sumber informasi bagi peneliti lain yang tertarik untuk mengkaji bidang atau topik yang sama demi pengembangan ilmu pengetahuan terkait administrasi publik.
2. Kontribusi Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dari sudut akademisi bagi pemerintah di semua level pemerintahan dalam melaksanakan perannya sebagai Pelayan Publik.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru kepada masyarakat terkait dengan pelayanan publik agar masyarakat menjadi lebih kritis dalam menyikapi pelaksanaan kebijakan terkait dengan pengembangan pariwisata dalam mewujudkan *city branding*.

E. Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini terbagi ke dalam beberapa sistematika pembahasan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan tentang latar belakang penulisan mengenai upaya yang dilakukan pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata melalui pelestarian kesenian Reyog dalam mewujudkan *city branding*, dimana dalam pelaksanaan pengembangan pariwisata ini merupakan salah satu kegiatan yang mendukung kemajuan ekonomi pada suatu daerah. Pada bab ini juga berikan rumusan masalah yang buat agar penelitian ini berfokus pada masalah yang dimunculkan dan tidak melebar pada permasalahan yang lain. Bab ini juga menyajikan tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi yang nantinya digunakan sebagai dasar melakukan interpretasi masalah. Teori-teori tersebut nantinya akan digunakan dalam menganalisis data yang didapatkan dilapangan berupa data primer maupun data sekunder.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian yang meliputi jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi dan situs penelitian, sumber data, pengumpulan data, instrumen penelitian, analisis data dan keabsahan data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini Merupakan bab yang menguraikan dan menjelaskan seluruh hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan teknik pengumpulan data yang telah dilakukan, ditambah dengan pembahasan data yang merupakan hasil analisa data.

BAB V : PENUTUP

Merupakan bab akhir dalam penulisan bab ini yang memuat kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang diajukan sebagai bahan masukan dan perbaikan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Administrasi Pembangunan

1. Definisi Pembangunan

Pengertian Pembangunan menurut Siagian (1988:3) “Pembangunan merupakan usaha atau rangkaian usaha pertumbuhan dan perubahan yang berencana yang dilakkan secara sadar oleh suatu bangsa, negara (nation building)”. Ada beberapa ide pokok apabila seseorang berbicara tentang pembangunan.

Pertama, pembangunan merupakan suatu proses kegiatan yang dilakukan secara terus-menerus. Kedua, bahwa pembangunan merupakan usaha yang secara sadar dilaksanakan maksudnya kegiatan ini dilakukan secara terencana dan terarah maksud dan tujuannya dan berorientasi pada pertumbuhan dan perkembangan. Ketiga, bahwa pembangunan mengarah kepada modernitas yaitu perubahan cara hidup yang baru, yang tadinya tradisional menjadi gaya hidup yang baru. Dalam hal ini masyarakat harus berusaha meningkatkan swasembada dan harus bebas dari ketergantungan pihak lain. Keempat, bahwa modernitas dicapai melalui pembangunan yang bersifat menyeluruh ke segala bidang kehidupan, jadi pembangunan ditujukan kepada usaha membangun bangsa (nation building) yang terus menerus harus dilaksanakan dalam rangka mencapai tujuan bangsa dan negara yang telah direncanakan.

2. Konsep Pembangunan

Konsep Pembangunan merupakan salah satu dari sebuah konsep pembangunan multi dimensional sebagai bentuk perubahan sosial yang tidak hanya menyangkut pembangunan bangsa saja melainkan juga pembangunan di bidang politik, sosial-budaya, pertahanan dan keamanan, serta hubungan antar bangsa. Itulah sebabnya Siagian dalam Suryono (2004) mendefinisikan pembangunan sebagai suatu usaha atau rangkaian usaha pertumbuhan dan perubahan yang dilakukan secara sadar oleh suatu bangsa, negara dan pemerintah menuju modernitas dalam rangka pembangunan bangsa. Sebagai upaya pembangunan bangsa, pembangunan meliputi segala sendi kehidupan bangsa: ekonomi, politik, sosial, budaya pertahanan keamanan, dan hubungan internasional. Pembangunan bangsa lebih ditujukan kepada upaya pemantapan dan peningkatan persatuan dan kesatuan bangsa (integrasi bangsa), wawasan ideologi, dan pencegahan terhadap berbagai bentuk perpecahan (disintegrasi bangsa), konflik antar suku, antar agama, antar daerah, dan antar kelompok kepentingan. Pada umumnya konsep pembangunan bangsa diterapkan pada negara-negara yang baru merdeka atau negara yang bersiap untuk merdeka, negara yang masih labil, dan negara-negara yang memiliki keanekaragaman budaya seperti Negara Indonesia.

3. Administrasi Pembangunan

Administrasi pembangunan merupakan disiplin ilmu dari administrasi negara atau yang sekarang kita ketahui administrasi publik. Administrasi pembangunan memberikan perhatian terhadap lingkungan masyarakat yang

berbeda-beda terutama bagi negara-negara yang baru berkembang. Dalam rangka untuk mencapai tujuan setiap negara, negara yang bersangkutan harus menyelenggarakan kegiatan-kegiatan pembangunan. Menurut Tjokroamidjojo (1989:34) menyebutkan bahwa administrasi pembangunan yaitu proses pengendalian usaha (administrasi) oleh negara/pemerintah untuk merealisasi pertumbuhan yang direncanakan kearah suatu keadaan yang dianggap lebih baik dan kemajuan di dalam segala aspek kehidupan bangsa.

Administrasi pembangunan memiliki peran aktif dan berkepentingan untuk tujuan pembangunan mulai dari perumusan kebijakan maupun pelaksanaannya agar efektif. Dalam administrasi pembangunan, administrator dalam aparaturnya pemerintah juga bisa menjadi penggerak perubahan (*Change agents*). Menurut pendapat ahli lainnya yaitu Kristiadi (2008) menjelaskan bahwa administrasi yang melihat dari sisi tujuan administrasi pembangunan adalah untuk mengusahakan peningkatan kemampuan pemerintah untuk melayani masyarakat dengan melakukan kegiatan investasi (mengganti atau menambah aktiva tetap), dari sini administrasi tersebut akhirnya akan dapat membantu pemerintah dalam pelaksanaan peningkatan administrasi pemerintahan. Semua teori, konsep dan prinsip-prinsip administrasi pembangunan dimulai dari hakikat pembangunan yang diarahkan kepada penyelenggaraan seluruh kegiatan agar berdaya guna, berhasil dan tepat dalam rangka pencapaian tujuan negara yang bersangkutan. Pembangunan dapat dimaksudkan sebagai upaya yang didasari oleh suatu negara bangsa dalam mewujudkan perubahan dan pertumbuhan menuju

masyarakat modern dalam rangka pembinaan kehidupan berbangsa dan bernegara yang maju dan sejahtera.

4. Ciri-ciri Administrasi Pembangunan

Fokus dari analisis administrasi pembangunan yaitu proses pembangunan yang diselenggarakan dalam rangka mencapai tujuan dan cita-cita bangsa, termasuk cara-cara yang digunakan untuk memecahkan suatu permasalahan, menghadapi berbagai rintangan yang dialami suatu bangsa, memanfaatkan peluang yang ada serta menghindari ancaman. Perkembangan administrasi pembangunan merupakan akibat dari berbagai faktor yang seluruhnya berkisaran kepada dinamika umat manusia. Dinamika tersebut menimbulkan harapan baru, tantangan baru, permasalahan baru yang bentuk, jenis dan intensitasnya mungkin belum pernah dialami oleh manusia sebelumnya. Dengan kemunculan perkembangan ilmu pengetahuan, terkadang semakin menghilangkan jati diri dari semua disiplin keilmuan apabila tidak diimbangi dengan penguasaan ciri-ciri dari beberapa disiplin ilmu yang berbeda-beda.

Ciri-ciri dari administrasi pembangunan yang pertama adalah memiliki tujuan administrasi pembangunan yang mengarah kepada upaya perubahan-perubahan keadaan yang dianggap lebih baik. Administrasi pembangunan yang dimaksudkan agar membantu dan mendorong kearah perubahan besar bagi setiap kegiatan atau dibidang kehidupan yang saling terkait dan akan memberikan hasil akhir adanya proses pembangunan. Apabila ingin melakukan perubahan dan pembaharuan dimasa yang akan datang maka harus ada kegiatan-kegiatan nyata

dimasa sekarang yang seimbang sebagai proses dalam pencapaian keberhasilan yang lebih baik dimasa depan. Perubahan-perubahan dalam rangka perbaikan memang sering memiliki resiko yang kurang berjalan dengan lancar untuk sementara waktu, namun dalam administrasi pembangunan, kejadian yang seperti ini harus diperhitungkan.

Sedangkan ciri-ciri administrasi pembangunan yang kedua adalah administrasi pembangunan melakukan perbaikan serta penyempurnaan melakukan perbaikan serta penyempurnaan administrasi yang terkait dengan aspek perkembangan di bidang lain seperti aspek sosial, ekonomi, politik, dan lain-lain. Pembangunan-pembangunan di bidang lain akan memberikan dampak perubahan bagi bidang administrasi. Perbaikan administrasi tidak hanya memberikan perubahan dibidang administrasi saja, melainkan memberikan pelayanan yang administratif dalam upaya perbaikan dan perubahan di bidang ekonom, politik, sosial, dan lain-lain agar dapat dilaksanakan dengan baik. Pendekatan administrasi pembangunan merupakan suatu proses pendekatan yang menjadi bagian dari keseluruhan proses pembangunan sebagai suatu proses perubahan sosial secara menyeluruh.

B. Pariwisata

1. Definisi Pariwisata

Kata Pariwisata yang berasal dari Bahasa sangsakerta, sesungguhnya bukanlah berarti *tourisme* (Bahasa Belanda) *tourism* (Bahasa Inggris). Kata pariwisata menurut pengertian ini, sinonim dengan pengertian *tour*. Pendapat ini berdasarkan pengertian sebagai berikut: kata pariwisata terdiri dari dua suku kata

yaitu masing-masing kata “pari” dan “wisata”. “Pari” berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap (ingat kata paripurna), dan “wisata” berarti perjalanan, berpergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata *travel* dalam Bahasa Inggris. Atas dasar itu, maka kata pariwisata seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berulang-ulang dari suatu tempat ke tempat lain, yang dalam Bahasa Inggris disebut dengan kata *tour*, sedangkan untuk pengertian jamak, kata kepariwisataan dapat digunakan kata *tourisme* atau *tourism*. Hal semacam ini menjadi kebiasaan untuk memberi pengertian yang lebih luas bagi suatu kata. Biasanya kata tersebut diberi awalan ke- dan akhiran -an, seperti juga dilakukan dalam Bahasa Inggris dan Bahasa Belanda dengan menambahkan “ism” atau “isme” (Yoeti 1996: 112). Secara lebih luas di dalam UU No.10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan juga dijelaskan bahwa kepariwisataan diberi batasan pengertian atau definisi sebagai “keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi dan multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.”

Menurut Dr. Hubert Gulden dalam Yoeti 1996:117 ia mengungkapkan bahwa kepariwisataan adalah suatu seni dari lalu lintas orang, dalam mana manusia-manusia berdiam di suatu tempat asing untuk maksud tertentu, tetapi dengan kediamannya itu tidak boleh dimaksudkan akan tinggal menetap untuk melakukan pekerjaan selama-lamanya atau meskipun semetara waktu, sifatnya masih berhubungan dengan pekerjaan. Kepariwisataan adalah pengetahuan daripada

perjalanan untuk maksud-maksud liburan, kesenangan, urusan dagang atau dinas atau alasan-alasan lainnya. Dalam banyak hal, karena alasan kepergian dari tempat tinggalnya yang tetap hanyalah untuk sementara waktu saja, dengan ketentuan bahwa dalam perjalanan dinas dikecualikan dengan perjalanan yang teratur ke tempat pekerjaan sehari-hari.

2. Tujuan Pariwisata

Tujuan pariwisata telah dijabarkan oleh para ahli di bidang pariwisata sebagai optimalisasi pemanfaatan dan pengembangan sumber daya pariwisata. Daerah tujuan pariwisata menurut Surjanto dalam Karyono, (1997:11) yaitu daerah-daerah yang berdasarkan kesiapan prasarana dan sarana dinyatakan siap menerima kunjungan wisatawan. Daerah tujuan wisata diharuskan memiliki objek wisata daya tarik wisata (atraksi wisata) sebagai media untuk menarik minat wisatawan. Pariwisata yang berkembang pada suatu daerah biasanya membawa perubahan pada daerah tersebut. Perubahan yang dimaksud dapat bernilai positif jika pengembangan pariwisata dilaksanakan dengan mengikuti prosedur yang benar, yakni melalui perencanaan yang cermat dan matang supaya sesuai dengan kondisi setempat. Namun demikian, jika pelaksanaannya tidak direncanakan dengan baik maka justru akan membawa kerugian atau berdampak negatif bagi daerah tempat pariwisata.

3. Bentuk Pariwisata

Bentuk pariwisata dapat dibagi menjadi 5 (lima) kategori yaitu menurut asal wisatawan, menurut akibatnya terhadap neraca pembayaran, menurut jangka

waktu, menurut jumlah wisatawan, dan menurut alat angkut yang digunakan.

Penjelasan bentuk pariwisata tersebut sebagai berikut:

a. Menurut asal wisatawan

Wisatawan itu berasal dari dalam ataupun luar negeri. Kalau asalnya dari dalam negeri berarti sang wisatawan hanya pindah ke ketempat sementara di dalam lingkungan wilayah negerinya sendiri dan selama ia mengadakan perjalanan.

b. Menurut akibat terhadap neraca perdagangan

Kedatangan wisatawan dari luar negeri adalah membawa uang asing. Pemasukan valuta asing ini berarti memberi dampak positif terhadap neraca pembayaran luar negeri suatu negara yang dikunjungi, hal ini disebut pariwisata aktif. Sedangkan kepergian seorang warga negara ke luar negeri memberikan dampak negatif terhadap neraca pembayaran luar negerinya, disebut pariwisata pasif.

c. Menurut jangka waktu

Kedatangan seorang wisatawan disuatu tempat atau negara diperhitungkan pula menurut waktu lamanya ia tinggal di tempat atau dinegara yang bersangkutan. Hal ini menimbulkan istilah-istilah pariwisata jangka pendek dan pariwisata jangka panjang, yang mana tergantung kepada ketentuan-ketentuan yang diberlakukan oleh suatu negara untuk mengukur pendek atau panjangnya waktu yang dimaksudkan.

d. Menurut jumlah wisatawan

Perbedaan ini diperhitungkan atas jumlah wisatawan yang datang, apakah wisatawan datang sendiri atau rombongan. Maka timbulah istilah-istilah pariwisata tunggal dan pariwisata rombongan.

e. Menurut alat angkut yang dipergunakan

Diliat dari segi penggunaan alat angkut yang dipergunakan oleh sang wisatawan, maka kategori ini dapat dibagi menjadi pariwisata udara, pariwisata laut, pariwisata kereta api dan pariwisata mobil, tergantung apakah sang wisatawan tiba dengan pesawat udara, kapal laut, kereta atau mobil.

4. Jenis-Jenis Pariwisata

Pariwisata memiliki beberapa jenis yang perlu kita ketahui, jenis-jenis pariwisata ini disampaikan menurut Pendit (1999: 42-48) sebagai berikut:

- a. Wisata Budaya
Wisata yang berhubungan dengan unsur budaya, wisata yang dilakukan untuk mengetahui secara lebih mendalam budaya yang ada di daerah yang dikunjungi.
- b. Wisata Kesehatan
Wisata ini merupakan kunjungan wisata yang bertujuan untuk keperluan kesehatan dimana tempat yang dikunjungi menyediakan fasilitas kesehatan
- c. Wisata Olahraga
Wisata ini dilakukan dengan tujuan untuk berolahraga.
- d. Wisata Komersial
Banyak pihak menyebut wisata ini bukan termasuk wisata namun tetap masuk kategori wisata karena wisatawan juga menggunakan fasilitas yang disediakan seperti akomodasi, transportasi dan sering juga didalamnya disertakan pertunjukan seni khusus sebagaimana terdapat dalam kunjungan wisata lainnya.
- e. Wisata Industri
Wisata yang dilaksanakan untuk mengetahui industri-industri.

- f. Wisata Politik
Wisata yang dilakukan seperti kunjungan-kunjungan dalam kegiatan politik.
- g. Wisata Konfensi
Wisata ini berkaitan dengan wisata politik dimana dilakukan untuk kegiatan politik juga.
- h. Wisata Sosial
Wisata ini didesain untuk tidak memberikan pelayanan yang mewah, biasanya diperuntukan untuk pelajar, atau pihak lain dengan anggaran yang terbatas.
- i. Wisata Pertanian
Suatu perjalanan yang menuju wisata pertanian, lading, perkebunan, dll.
- j. Wisata Bahari
Berupa berbagai macam kegiatan olahraga air
- k. Wisata Cagar Alam
Kunjungan wisata yang menuju kawasan cagar alam, hutan lindung, dll.
- l. Wisata Berburu
Wisata untuk para wisatawan yang mempunyai kegemaran berburu namun ditempat yang telah mendapatkan ijin dari pihak terkait untuk mengadakan kegiatan berburu
- m. Wisata Pilgrim
Wisata ini berkaitan dengan agama, sejarah, kepercayaan, adat-istiadat, dll.
- n. Wisata Bulan Madu
Wisata yang dilakukan oleh sepasang pengantin baru untuk menikmati suasana bulan madu di tempat yang mereka pilih.

C. Pengembangan Pariwisata

1. Konsep Pengembangan Pariwisata

Menurut Marpaung (2002:19), perkembangan kepariwisataan bertujuan memberikan keuntungan baik bagi wisatawan maupun warga setempat. Peristiwa dapat memberikan kehidupan yang standart kepada warga setempat melalui keuntungan ekonomi yang didapat dari tempat tujuan wisata. Dalam perkembangan insfrastruktur dan fasilitas rekreasi, keduanya menguntungkan

wisatawan dan warga setempat sebaliknya kepariwisataan dikembangkan melalui penyediaan tempat tujuan wisata. Hal tersebut dilakukan melalui pemeliharaan kebudayaan, sejarah, dan taraf perkembangan ekonomi dan suatu tempat tujuan wisata yang masuk dalam pendapatan untuk wisatawan akibatnya akan menjadikan pengalaman yang unik, dari tempat wisata. Pada waktu yang sama, ada nilai-nilai yang membawa serta dalam perkembangan kepariwisataan. Sesuai dengan panduan perkembangan pariwisata dapat memperbesar sambil memperkecil masalah-masalah yang ada.

Pengembangan pariwisata harus ditingkatkan pada langkah yang terarah, dan terpadu terutama mengenai pendidikan tenaga-tenaga kerja dan perencanaan pengembangan fisik. Kedua hal tersebut hendaknya terkait sehingga pengembangan tersebut menjadi realistis dan proporsional. Untuk menjadi suatu obyek wisata menjadi lebih menarik, faktor yang sangat menunjang adalah kelengkapan dari sarana dan prasarana obyek wisata tersebut, karena sarana dan prasarana ada ada juga sangat mendukung untuk mengembangkan sekaligus memperbaiki obyek wisata tersebut. Sarana dan prasarana harus disediakan sebaik mungkin agar suatu obyek wisata dapat menarik wisatawan untuk berkunjung dan merasakan kenyamanan saat berkunjung pada obyek wisata tersebut, sehingga banyak menarik wisatawan untuk berkunjung dan secara tidak langsung hal tersebut dapat meningkatkan ekonomi untuk masyarakat sekitar maupun pemerintah daerah. Pengembangan pariwisata di dalamnya harus terdapat kebijakan secara spesifik bagaimana cara yang harus dilakukan agar

pengembangan pariwisata dapat berjalan dengan lancar sesuai yang telah direncanakan.

Dalam pengembangan pariwisata diperlukan sebuah strategi yang tepat agar pengembangan tersebut dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan yang telah direncanakan. Menurut Suwanto (2004:56-57) menjelaskan tentang bagaimana strategi yang baik dalam pengembangan pariwisata yaitu: promosi, pengembangan aksesibilitas, pengembangan objek wisata, pengembangan SDM, kampanye sadar wisata,

a. Promosi

Promosi merupakan kegiatan pelaksanaan upaya untuk pemasaran dan memperkenalkan pariwisata yang harus dilakukan secara selaras dan terpadu, baik dalam negeri maupun luar negeri. Promosi sangat bermanfaat untuk pengembangan pariwisata karena dengan adanya promosi, maka suatu destinasi pariwisata dapat lebih dikenal masyarakat luas sehingga akan menimbulkan ketertarikan masyarakat untuk mengadakan perjalanan wisata ke Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang mengadakan promosi tersebut. Selain itu promosi juga dapat memberikan informasi tentang produk wisata yang ada di DTW.

Pemasaran pariwisata mencakup semua pemasaran dalam industri pariwisata, misalnya kantor biro perjalanan dengan jaringan cabangnya, kantor pemasaran maskapai penerbangan, kantor promosi daerah tujuan wisata tertentu, dan sebagainya (Leiper dalam Pitana dan Diarta (2009:63)). dari penjelasan tersebut dapat kita tarik kesimpulan bahwa

promosi merupakan kegiatan untuk mengenalkan serta menginformasikan pariwisata di suatu daerah dengan menggunakan berbagai macam media.

Menurut Pitana dan Diarta (2009:155) menjelaskan bahwa pariwisata memiliki beberapa dimensi yang berbeda dengan dimensi produk umum yang ditemui di pasaran, yakni sebagai berikut:

1) *Intangibility*

Produk/jasa layanan berarti produk yang ditawarkan tidak berbentuk seperti barang nyata yang bisa kita jumpai dalam pengertian produk yang bisa dilihat dan dipajang di pasar, toko, atau tempat penjualan lainnya. Hal tersebut menyebabkan pariwisata tidak dapat di evaluasi atau didemonstrasikan sebelum dipakai atau dibeli. Oleh karena itu pemasaran produk pariwisata akan menghadapi tantangan yang besar karena tempat dan waktu selalu berubah dan mempengaruhi kualitas produk. Salah satu solusi untuk membantu pemasaran pariwisata adalah dengan membuat brosur, video, dan berbagai sarana informasi mengenai jenis produk pariwisata yang ditawarkan guna meningkatkan *tangibility* produk tersebut. Pemasaran pariwisata harus mampu menyediakan *branding* yang jelas dan terkelola dengan baik atas produk pariwisata.

2) *Perishability*

Produk jasa/layanan pariwisata tidak seperti barang pabrik, tidak dapat disimpan untuk dijual dikemudian hari. Hal ini menyebabkan industri pariwisata memiliki resiko yang cukup tinggi. Pemasaran dalam industri pariwisata harus mengombinasikan beragam kebijakan harga dan promosi dalam usaha menjual produk dalam masa sepi (*off season*) dan membuat sinkronisasi yang lebih baik antara penawaran dan permintaan. Caraantisipasi sifat produk yang *perishability* ini diperlukan usaha pemasar untuk membuat pemasaran produk dan mengelola permintaan pasar yang *smooth* dengan melakukan bauran pemasaran (*marketing mix*). Perlu juga menggunakan sistem reservasi tekomputerisasi untuk meramalkan dan menyusun strategi pemasaran jika permintaan dibawah rata-rata.

3) *Inseparability*

Produk jasa/pelayanan seperti pariwisata biasanya merupakan produk yang dibentuk dari berbagai produk pendukung yang terpisah-pisah. Misalnya mulai dari *tour* dan *travel*, *airlines*, hotel, restaurant, dan sebagainya. Hal demikian mengandung resiko sebab setiap produk pendukung digerakkan oleh organisasi yang berbeda dan juga memiliki

standart kualitas pelayanan yang berbeda. Solusi untuk mengatasi masalah ini adalah dengan membuat program penjaminan mutu mengingat sifat produk jasa pariwisata menyangkut hubungan interpersonal dimana *performance* karyawan atau penyedia layanan secara langsung berhubungan dan menentukan tingkat kepuasan dan pengalaman konsumen.

Dari dimensi pariwisata diatas, terdapat beberapa solusi untuk tetap memasarkan produk pariwisata yang dapat digunakan solusi tersebut akan mengurangi dimensi-dimensi pariwisata yang berbeda dengan produk dipasaran.

b. Pengembangan aksesibilitas

Dalam pengembangan pariwisata aksesibilitas merupakan salah satu aspek pendukung yang penting, karena menyangkut lintas sectoral, kemudahan dan keefektifan mencapai kawasan. Aksesibilitas yang baik dapat membuat wisatawan mngunjungi DTW dengan mudah, sehingga akan menarik lebih banyak wisatawan. Apabila wisatawan merasa sulit untuk mengakses atau menuju DTW, hal tersebut akan mengurangi minat atau ketertarikan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata ke DTW tersebut. Untuk itu diperlukan gerakan untuk melakukan perbaikan masalah aksesibilitas agar wisatawan dapat mencapai DTW dengan nyaman.

Menurut Pitana dan Diarta (2009:130) mengungkapkan bahwa “Aksesibilitas mudah atau sulitnya wisatawan menjangkau destinasi yang diinginkan. Akses berkaitan dengan infrastruktur transportasi, seperti lapangan udara, terminal bus dan kereta api, jalan tol, rel kereta api, dan

sejenisnya. Termasuk didalamnya teknologi transportasi yang mampu menghemat waktu dan biaya untuk menjangkau destinasi wisata tersebut.”

Dari dua penjelasan tentang aksesibilitas diatas dapat disimpulkan aksesibilitas merupakan faktor yang sangat penting, baik berupa perencanaan, perjalanan, penyediaan informasi, dan lainnya. Kemudahan aksesibilitas memberikan kenyamanan bagi wisatawan, sehingga wisatawan akan mendapatkan kesan yang baik dari tempat wisata tersebut.

c. Pengembangan Objek Wisata

Objek wisata memerlukan pengembangan agar tercipta tempat wisata yang lebih menarik dan memberikan kenyamanan serta kemudahan untuk wisatawan. Objek wisata yang indah dan bersih akan membawa dampak positif terhadap kepuasan wisatawan dan juga pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar. Pengembangan objek wisata bukan hanya pada tempat saja namun juga pada potensi wisata lain seperti salah satunya budaya lokal yang dapat menjadi daya tarik wisata tersendiri yang menarik kunjungan wisatawan. Pengembangan objek wisata dimaksudkan untuk:

- 1) Meningkatkan peran serta daerah, masyarakat, dan swasta dalam pengembangan pariwisata
- 2) Memperbesar dampak positif pembangunan daerah
- 3) Mempermudah pengendalian terhadap dampak lingkungan.

d. Pengembangan SDM (Sumber Daya Manusia)

Sumber daya manusia merupakan salah satu unsur penting dalam pengembangan pariwisata karena mereka harus memiliki keahlian dan

ketrampilan yang diperlukan untuk memberikan jasa pelayanan pariwisata. Peran penting sumber daya manusia yaitu sebagai pelaku dan penyedia sarana dan prasarana pariwisata, sehingga pengembangan sumber daya manusia akan berpengaruh terhadap pengembangan pariwisata. Suwanto (2004: 93) mengatakan “untuk dapat menciptakan atau membantu SDM pariwisata yang berkualitas dan sesuai dengan tuntutan perkembangan kepariwisataan nasional, regional, maupun internasional diperlukan keterlibatan pelaku secara berimbang dan menyeluruh dalam kerangka (*framework*) yang jelas.”

e. Kampanye Sadar Wisata

Kampanye sadar wisata merupakan upaya masyarakat untuk mempromosikan dan memperkenalkan kelebihan, jati diri, dan karakteristik daerahnya. Sebagai contoh adalah dengan adanya POKDARWIS (kelompok sadar wisata). Beberapa unsur yang harus diperhatikan untuk menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata yang menyangkut perencanaan menurut Suwanto (2004:19) ada 5 unsur yaitu:

1. Objek dan Daya Tarik Wisata

Dari tarik wisata dapat juga dikatakan dengan objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Daya tarik wisata harus dirancang dan dibangun/dikelola secara profesional sehingga dapat menarik kunjungan wisatawan. Pembangunan objek wisata tersebut harus dirancang dengan bersumber pada potensi daya tarik yang dimiliki objek tersebut dengan

mengacu pada kriteria keberhasilan pengembangan yang meliputi berbagai kelayakan.

2. Prasarana Wisata

Sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanan ke daerah tujuan wisata seperti, jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan, dan lainnnnya disebut prasarana pariwisata. Pembangunan prasarana wisata tersebut mempertimbangkan kondisi dan lokasi akan meningkatkan aksesibilitas suatu objek wisata yang nantinya akan menarik wisatawan.

3. Sarana Wisata

Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata ialah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restaurant dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya. Tidak semua objek wisata memerlukan sarana wisata tersebut harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan.

4. Tata Laksana dan Infrastruktur

Pengembangan pariwisata dibutuhkan adanya tata laksana dan infrastruktur yang memadai, karena infrastruktur merupakan situasi yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik yang berupa sistem pengaturan maupun bangunan fisik di atas permukaan tanah dan dibawah

tanah seperti: sistem pengairan, sumber listrik, sistem jalur angkutan dan terminal, sistem komunikasi, serta sistem keamanan dan pengawasan.

5. Masyarakat/Lingkungan

a) Masyarakat

Mengadakan penyuluhan dan pembinaan untuk masyarakat sekitar daerah wisata, agar masyarakat sadar wisata yang akan membawa dampak positif terhadap kualitas pelayanan serta kepuasan wisatawan yang berkunjung.

b) Lingkungan

Selain masyarakat, lingkungan alam disekitar daerah atau objek wisata juga perlu diperhatikan dengan seksama agar tidak rusak dan tercemar. Diperlukan adanya upaya untuk menjaga kelestarian lingkungan melalui penegakan berbagai aturan dan persyaratan dalam pengelolaan objek wisata

c) Budaya

Tidak hanya masyarakat dan lingkungannya saja, namun budaya masyarakat sekitar juga tidak boleh pudar dan tercemar budaya asing, tetapi harus lebih ditingkatkan lagi agar menjadi daya tarik tersendiri oleh wisatawan.

Sebelum suatu daerah tujuan wisata melakukan promosi pariwisata perlu mempersiapkan terlebih dahulu adalah sarana dan prasarana wisata yang memadai. Hal ini diperlukan karena sebelum melakukan perjalanan wisata, seseorang atau sekelompok orang ingin mengetahui terlebih dahulu

apakah daerah tujuan wisata tersebut telah siap menyediakan berbagai macam jasa, sarana dan prasarana yang cukup memadai, (Yoeti 2008:82).

a. Sarana pariwisata

Sarana pariwisata adalah fasilitas-fasilitas yang dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung hidup serta kehidupannya banyak tergantung pada wisatawan.

- 1) Sarana pokok pariwisata adalah fasilitas minimal yang harus terdapat pada suatu daerah tujuan wisata. Terdiri dari: hotel atau penginapan, rumah makan.
- 2) Sarana pelengkap pariwisata adalah fasilitas-fasilitas yang dapat melengkapi sarana pokok sehingga fungsi sarana pelengkap ini dapat membuat wisatawan lebih lama tinggal di daerah tujuan. Adapun yang termasuk dalam sarana pelengkap pariwisata adalah tempat ibadah, dan tempat olahraga.
- 3) Sarana penunjang pariwisata adalah sarana yang diperlukan untuk menunjang sarana pokok dan sarana pelengkap agar wisatawan lebih banyak membelanjakan uangnya ke tempat yang dikunjungi. Misalnya seperti *souvenir*, atau jajanan khas daerah tujuan wisata tersebut.

b. Prasarana Pariwisata

Prasarana pariwisata adalah semua fasilitas yang dapat memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan semua manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Hal tersebut dibagi menjadi:

- 1) Prasarana ekonomi: meliputi sistem perbankan, telekomunikasi, listrik, dan sumber air.
- 2) Prasarana sosial: meliputi pelayanan kesehatan, petugas yang langsung melayani wisatawan, faktor keamanan.

Dari beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi dalam pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan berbagai cara, yakni promosi, aksesibilitas, pengembangan sumber daya manusia, dan lainnya. Akan tetapi tidak hanya itu saja, pengembangan sarana dan prasarana juga diharapkan dapat dilakukan agar pariwisata dapat dilaksanakan lebih baik lagi. Pengembangan pariwisata yang dilakukan pemerintah daerah maupun masyarakat dalam

mengembangkan objek wisata akan berdampak pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan.

2. Tahap-Tahap Pengembangan Pariwisata

Menurut Butler dalam Pitana (2005:103) ada tujuh fase pengembangan pariwisata (*Destination Area Lifecycle*) yang membawa implikasi serta dampak yang berbeda, secara teoritis adalah:

- a. *Fase exploration* (eksplorasi/penemuan). Daerah pariwisata baru mulai ditemukan, dan dikunjungi secara terbatas dan sporadis, khususnya bagi wisatawan petualang. Pada tahap ini terjadi kontak yang tinggi antara wisatawan dengan masyarakat lokal, karena wisatawan menggunakan fasilitas lokal yang tersedia. Karenajumlah yang terbatas dan frekuensi yang jarang, maka dampak sosial budaya ekonomi tahap ini masih sangat kecil.
- b. *Fase involment* (keterlibatan). Dengan meningkatnya jumlah kunjungan, maka sebagian masyarakat lokal mulai menyediakan berbagai fasilitas yang memang khusus dipeuntukan bagi wisatawan. Kontak antara wisatawan dengan masyarakat lokal masih tinggi, dan masyarakat mulai mengubah pola-pola sosial yang ada untuk merespon perubahan ekonomi yang terjadi. Disinilah dimulai suatu daerah menjadi suatu destinasi wisata, yang ditandai oleh mulai adanya promosi.
- c. *Fase development* (pembangunan). Investasi dari luar mulai masuk, serta dimulai munculnya pasar wisata secara sistematis. Daerah semakin

terbuka secara fisik dan promosi semakin intensif, fasilitas lokal sudah tersisih atau digantikan oleh fasilitas yang benar-benar berstandart internasional, dan atraksi buatan sudah mulai dikembangkan, menambahkan atraksi yang asli alami. Berbagai barang dan jasa impor termasuk tenaga kerja asing, untuk mendukung perkembangan pariwisata yang pesat.

- d. *Fase consolidation* (konsolidasi). Pariwisata sudah dominan dalam struktur ekonomi daerah, dan dominasi ekonomi ini dipegang oleh jaringan internasional atau major chains and franchises. Jumlah kunjungan wisatawan masih naik, tetapi pada tingkat yang lebih rendah. Pemasaran semakin gencar dan diperluas untuk mengisi fasilitas yang sudah dibangun. Fasilitas lama sudah mulai ditinggalkan.
- e. *Fase stagnation* (kestabilan). Kapasitas berbagai faktor sudah terlampaui (diatas daya dukung, *carrying capacity*), sehingga menimbulkan masalah ekonomi, sosial dan lingkungan. Kalangan industri sudah mulai bekerja keras untuk memenuhi kapasitas dari fasilitas yang dimiliki, khususnya dengan mengharapkan repeater guest dan wisata konvensi/bisnis. Pada fase ini, atraksi buatan sudah, mendominasi atraksi asli alami (baik budaya maupun alam) citra awal sudah mulai luntur, dan destinasi sudah tidak lagi populer.
- f. *Fase decline* (penurunan). Wisatawan sudah mulai beralih ke destinasi wisata baru atau pesaing, dan yang tinggal hanya sisa-sisa, khususnya wisatawan yang hanya berakhir pekan. Banyak fasilitas pariwisata

sudah beralih atau dialihkan fungsinya untuk kegiatan non-pariwisata, sehingga destinasi semakin tidak menarik bagi wisatawan. Partisipasi lokal mungkin meningkat lagi, terkait dengan harga yang merosot turun dengan melemahnya pasar. Destinasi bisa berkembang menjadi destinasi kelas rendah atau secara total kehilangan jati diri sebagai destinasi wisata

- g. *Fase rejuvenation* (Peremajaan). Perubahan secara dramatis bisa terjadi (sebagai hasil dari berbagai usaha dari berbagai pihak), menuju perbaikan atau peremajaan. Peremajaan ini bisa terjadi karena inovasi dan pengembangan produk baru, atau menggali atau memanfaatkan sumber daya alam dan budaya yang sebelumnya.

3. Tujuan dan Sasaran Pengembangan Pariwisata

Pariwisata telah dianggap sebagai salah satu sektor ekonomi yang penting. Bahkan sektor ini diharapkan akan dapat menjadi penghasil devisa nomor satu. Sehingga pembangunan dan pengembangan sektor pariwisata perlu ditingkatkan melalui kebijakan-kebijakan pengembangan kepariwisataan. Banyak usaha yang dilakukan oleh pemerintah untuk meningkatkan pengembangan pariwisata di Indonesia. Tujuannya adalah agar lebih banyak wisatawan yang datang, lebih lama tinggal dan lebih banyak mengeluarkan uangnya selama berkunjung pada Daerah Tujuan Wisata (DTW). Selanjutnya sasaran-sasaran dalam pengembangan pariwisata dengan dibentuknya Direktorat Jendral Pariwisata untuk memenuhi kebutuhan sasaran nasional dan pelaksanaan kebijakan umum kepariwisataan, yaitu:

- a) Peningkatan penerimaan devisa.
- b) Pengembangan ekonomi yang memberi kesempatan kerja.
- c) Meningkatnya pendapatan nasional, lebih banyak menerima pajak, perluasan sarana dan prasarana.
- d) Pendapatan umum diluar negeri menguntungkan dan peningkatan pengertian di negara-negara lain mengenai kebijaksanaan Indonesia.
- e) Apresiasi meningkat diluar negeri mengenai hasil dan kontribusi budaya Indonesia.
- f) Hubungan diplomatik dengan orang lain terbina baik.

Sasaran dalam negeri antara lain:

- a) Persatuan dan kesatuan identitas nasional Indonesia.
- b) Pengertian umum kelembagaan nasional dan dari kewajiban penduduk.
- c) Kesehatan dan kesejahteraan umum.
- d) Pertumbuhan ekonomi dan retribusi pendapatan nasional yang seimbang.
- e) Perhatian umum terhadap lingkungan.
- f) Preservasi tradisi atau adat istiadat serta minoritas
- g) Perlindungan dari hak perseorangan untuk berlibur

Dengan adanya tujuan dan sasaran pengembangan pariwisata yang jelas, diharapkan mampu untuk mempermudah pencapaian tujuan dari pengembangan pariwisata diharapkan dapat berguna untuk memudahkan wisatawan berkunjung sangat dianjurkan untuk menawarkan paket wisata. Kedua, perlu adanya

perantara *product intermediary* seperti tour operator dan ketiga, menggunakan *promotion instrument* dengan brosur, leaflet, booklet serta iklan.

Sumber daya lokal ini akan memberikan efek ganda terhadap sektor ekonomi lainnya melalui peningkatan nilai tambah dan kenaikan pendapatan masyarakat. Peningkatan intensitas pemakaian tenaga kerja dalam pengembangan pariwisata tidak hanya diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga mampu menciptakan kesempatan kerja dan mengurangi tingkat kemiskinan.

D. Konsep *Branding*

1. Definisi *Branding*

Menurut *American Marketing Association* (AMA) dalam (Salamah dan Yananda, 2014:51), sebuah *brand* adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, ataupun kombinasi dari keseluruhan, yang ditujukan untuk mengidentifikasi barang dan jasa dari satu penjual atau sekelompok penjual untuk memberikan differensiasidari yang lain yang saling bersaing. *Brand* pada dasarnya adalah pesan atau simbol yang membedakan dan digunakan untuk mengidentifikasi satu produk atau jasa. Tujuan *brand* adalah membangun differensiasi dari satu produk dengan produk sejenisnya. Secara historis, istilah *brand* berasal dari kata “*brandr* – yang berarti “*to burn*”. Pada suatu masa, pemilik ternak mengecap ternaknya dengandengan membakar permukaan kulit ternak tersebut untuk menandai kepemilikannya. *Brand* merupakan produk yang dilengkapi dengan kualitas simbolik (Batey, 2008).

Membentuk *brand* berarti membentuk sebuah komunikasi dengan cara memberikan informasi, membujuk secara persuasi, dan juga mengingatkan kembali mengenai produk atau *brand* sehingga kemudian *brand* itu sendiri yang akan menjadi identitas dan membangun hubungan antara produk (*brand*) dengan pelanggannya. Menurut Kotler dan Pfoertsch, (2006) mengungkapkan:

“Brand bulding tools are the means of marketing communication by witch companies aim to inform, persuade customers-directly or indirectly- about its product and brands. In a way, they act as the “voice” of the brand and create a platform to establish a dialog ang build relationship with costumers”, (alat membangun *brand* berarti sebuah komunikasi *marketing* dengan perusahaan baik untuk menginformasikan, persuasi, dan mengingatkan kembali secara langsung mengenai produk dan *brand*. Selanjutnya, berlaku sebagai “suara” dari *brand* dan membuat panggung untuk mengadakan dialog dan membangun hubungan dengan pembeli).

Pernyataan diatas dapat diartikan bahwa alat membangun *brand* berarti sebuah komunikasi *marketing* dengan perusahaan baik untuk menginformasikan, persuasi, dan mengingatkan kembali secara langsung atau tidak langsung mengenai produk atau *brand*. Selanjutnya, berlaku sebagai “suara” dari *brand* dan membuat panggung untuk mengadakan dialog dan membangun hubungan dengan pembeli.

a. Brand Identity

Sebuah pernyataan dari (Investopedia, 2016) yang membahas tentang *brand identity*, menyatakan bahwa:

“A brand identity is how that business wants to be perceived by costumer. A brand identity comes from visible elements, such as the company name, the design of its logo, its packaging design, and the colors, tagline, and typeface used in its marketing endeavors”. (*brand identity* adalah bagaimana bisnis ini ingin dirasakan oleh konsumen. *Brand identity* berasal dari elemen yang terlihat, seperti nama perusahaan, desain logo,

desain kemasan, dan warna, tagline, dan jenis huruf yang digunakan dalam usaha pemasaran produk).

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *brand identity* atau identitas sebuah *brand* merupakan suatu kumpulan dari aspek-aspek yang bertujuan untuk menyampaikan merek kepada konsumen. Hal tersebut dimulai dari latar belakang merek, prinsip-prinsip merek, tujuan dan ambisi dari merek tersebut. Identitas yang dapat dilihat oleh konsumen adalah identitas dari nama perusahaan, logo, kemasan, warna, tagline, dan jenis huruf yang digunakan dalam usaha untuk memasarkan produk.

b. *Brand Positioning*

Menurut Kotler dan Pfoertsch, (2006: 172) menyatakan bahwa,

“Positioning brands is about finding the right spot in customer’s minds in order to create on desired assosiations. It is therefore adsolutely crucial to know who your customers and where to find them.”(*positioning brand* adalah tentang menemukan tempat yang tepat di benak konsumen dalam rangka menciptakan asosiasi yang diinginkan. Oleh karena itu, penting sekali untuk mengetahui siapa pelanggan anda dan dimana untuk menemukan mereka).

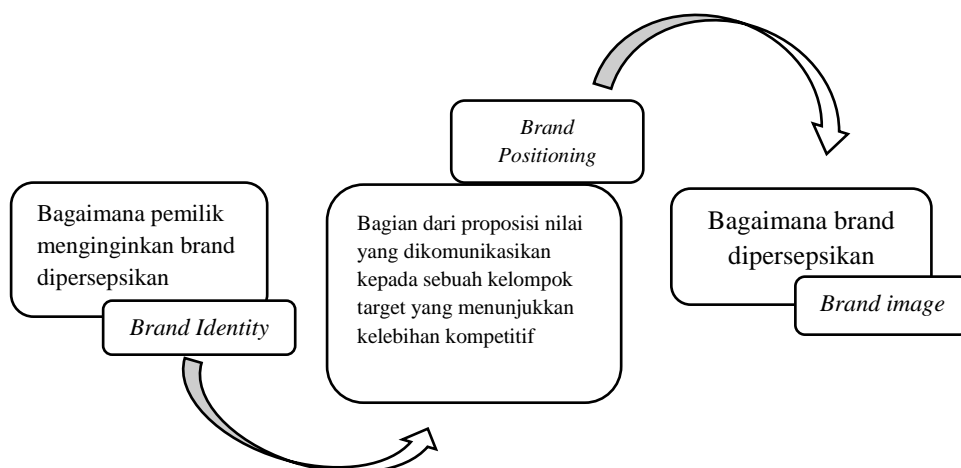
Untuk melakukan *Positioning*, harus diawali dengan segmentasi yang jelas dan *targeting* yang dinamis. Tujua utama *positioning* adalah untuk memberitahu dan mengkomunikasikan kepada *audiens* bahwa sebuah *brand* berbeda yang lebih baik daripada pesaingnya. Kemudian berusaha memperoleh posisi dalam benak konsumen. *“a brand can only have one true position. An effectively positioned brand communicates its core values to all stakeholders, internally and eksternally”* (Kotler dan Pfoertsch, 2006). (*brand* hanya dapat memiliki satu

posisi yang benar. *Brand* diposisikan secara efektif untuk mengkomunikasikan nilai-nilai inti kepada *stakeholder*, baik secara internal maupun eksternal).

c. *Brand Image*

Terbentuknya sebuah *brand image* didasari pengalaman praktis terhadap suatu produk atau jasa yang bersangkutan dan bagaimana *brand* dapat memenuhi harapan konsumen. *Brand image* diciptakan melalui kesan-kesan yang terintegrasi oleh konsumen terhadap sebuah *brand*. Kesan baik dan buruk yang ditangkap oleh konsumen tentunya akan sangat mempengaruhi nilai dari sebuah *brand* itu sendiri.

Berikut gambaran hubungan antara *brand identity*, *brand positioning*, dan *brand image*.



Gambar 1 : Identitas Positioning dalam Proses Brand
 Sumber: (Aaker, 1996; ilustrasi dalam Kavaratazis & Ashworth, 2006:186)

Brand image dalam dunia bisnis telah berkembang dan menjadi perhatian para pemasar. *Image* yang baik dari suatu merek akan mempunyai dampak yang menguntungkan dan sebaliknya, *image* yang negatif akan merugikan perusahaan atau organisasi. *Image* yang baik berarti masyarakat (khususnya konsumen)

mempunyai kesan positif terhadap suatu merek. Oleh karena itu, *image* sebuah merek mempresentasikan konsumen atau kelompok-kelompok masyarakat yang mempunyai hubungan dengan merek (*brand*) suatu produk. *Image* itu ada, tapi tidak nyata atau tidak bisa digambarkan secara fisik, karena *image* hanya ada didalam pikiran. Walaupun demikian, bukan berarti *image* dari sebuah *brand* tidak bisa diketahui, diukur, dan diubah. Membangun *image* bagi sebuah perusahaan merupakan tugas yang tidak ada henti-hentinya. Jika *image* tidak dijaga kemungkinan hal yang buruk bagi perusahaan atau organisasi akan dapat terjadi. Sehingga dalam pembentukan sebuah *image* diperlukan *positioning* yang berfungsi untuk mengkomunikasikan identitas agar dapat tercipta *image* baik di kalangan masyarakat.

d. *Brand Strategy*

Konsep *branding* sangat tepat untuk dijadikan salah satu strategi pemasaran perusahaan. Konsep ini sekarang tidak hanya perusahaan saja, tetapi Pemerintah daerah juga dapat menggunakan konsep *branding* dalam pemasaran daerah yang dipimpinnya agar semakin dikenal dan dapat meningkatkan daya saing dengan daerah lainnya. Kotler dan Pfoertsch (2006:92) menjelaskan tentang empat elemen dari sebuah *brand* secara visual dan fisik yang menampilkan identitas dan membedakannya dengan kompetitor lainnya, yaitu nama, logo, tagline (slogan), dan *brand story* dimana keempat elemen ini dapat digunakan oleh pemerintah daerah untuk memberikan *branding* terhadap daerahnya. *Brand strategy* dapat diterapkan dengan tepat agar sebuah *brand* dapat mencapai sasaran dan tujuannya. Strategi yang digunakan harus bermula dari visi dan misi yang

dapat memperngaruhi pelaksanaan suatu bisnis untuk memastikan suatu konsistensi suatu *brand* tertentu.

2. Definisi *City Branding*

City Branding atau pencitraan kota merupakan salah satu strategi suatu wilayah seperti negara, provinsi, kabupaten, atau kota untuk memiliki kedudukan atau tempat (*positioning*) yang kuat dan dapat dikenal secara luas. Secara sederhana, *City branding* dapat didefinisikan sebagai identitas, simbol, logo, atau merek yang melekat pada suatu daerah. *City branding* akan menjadi dasar dan peluang dalam pengembangan daerah/kota di masa depan.

Pada sektor publik, dengan adanya penerapan otonomi daerah, pemerintah daerah harus mampu membawa daerahnya untuk berebut satu sama lain dalam berbagai macam hal seperti pendapat yang disampaikan oleh Widodo (2007) yaitu,

- a. Perhatian (*Attention*)
- b. Pengaruh (*influence*)
- c. Pasar (*market*)
- d. Tujuan bisnis dan investasi (*business dan invesment destination*)
- e. Turis (*tourist*)
- f. Tempat tinggal penduduk (*residents*)
- g. Orang-orang berbakat (*talents*), dan
- h. Pelaksanaan kegiatan (*events*)

Dengan demikian, sebuah daerah atau kota sangat membutuhkan sebuah *brand* atau pencitraan yang kuat. Melalui *branding* yang kuat, maka pemerintah daerah lebih mudah untuk memasarkan dan menarik investor untuk pengembangan daerahnya. Seorang pemerintah daerah harus membangun *city branding* untuk daerahnya, tentu yang sesuai dengan potensi maupun *positionig*

yang menjadi target dari daerah atau kota tersebut. *City branding* semata-mata bukanlah pekerjaan dari *public sector* saja, akan tetapi menjadi tugas dan kolaborasi dari semua pihak (*stakeholder*) yang terkait dengan daerah/kota tersebut, baik itu pemerintah daerah, swasta, dan masyarakat. Sebuah daerah/kota, layaknya sebuah *brand* harus bersifat fungsional. Banyak manfaat yang dapat diperoleh dari *city branding*, diantaranya :

- a. Daerah tersebut dapat dikenal luas (*high awareess*), disertai dengan persepsi yang baik
- b. Dianggap sesuai dengan tujuan-tujuan khusus (*spesific purpose*)
- c. Dianggap tepat untuk tempat investasi, tujuan wisata, tujuan tempat tinggal, dan penyelenggaraan kagiatan-kegiatan (*events*)
- d. Dipersepsikan sebagai tempat kemakmuran dan keamanan yang tinggi.

Identitas suatu kota dapat mencitrakan ciri-ciri dari masyarakat di kota tersebut. Kegiatan *city branding* sebenarnya tidak hanya sebatas membentuk slogan, atau logo dari suatu kota, tetapi membentuk sesuatu yang merupakan ciri dari segala aktivitas kota tersebut. Ketika suatu *branding* dikaitkan dengan sebuah kota, maka *branding* tersebut harus bisa mengkomunikasikan dengan jelas seperti apa kota tersebut, apa yang dimilikinya, dan mengapa kota tersebut patut untuk mendapatkan perhatian. Sehingga masyarakat kota lain maupun masyarakat lokal kota tersebut dapat menjelaskan mengenai citra kota tersebut dengan baik. Konsep *city branding* atau pencitraan kota menjadi sangat penting karena nantinya akan diimplementasikan di beberapa aspek yang berpengaruh, seperti ikon kota,

souvenir, merchandise, dan street furniture yang keseluruhannya dapat mewakili bahkan mempertegas *image* sebuah kota.

3. Kriteria *City Branding*

Kriteria Sebuah kota, layaknya sebuah *brand*, harus bersifat fungsional. Fungsionalitas berarti dapat dilihat sebagai sebuah benefit. Sebuah kota harus berfungsi sebagai tujuan untuk pencari kerja, industri, tempat tinggal, transportasi umum, dan atraksi serta rekreasi. Sebuah kota dalam membangun *City Branding* terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi, diantaranya, (Suratmi dan Sigit, 2013: 1364)

- a. *Attributes: Do they express a city's character, affinity, style, and personality?* (menggambarkan sebuah karakter, daya tarik, gaya dan personalitas kota)
- b. *Messages: Do they tell story in a clever, fun, and memorable way?* (menggambarkan sebuah cerita secara pintar, menyenangkan dan mudah atau selalu diingat)
- c. *Differentiation: Are they unique and original?* (unik dan berbeda dari kota-kota lain)
- d. *Ambassadorship: Do they inspire you to visit there, live there, or learn more?* (menginspirasi orang untuk datang dan ingin tinggal di kota tersebut)

Menurut seorang pakar *branding* yaitu Daniel Surya dalam Suratmi dan Sigit (2013: 1364) menjelaskan bahwa pencitraan pada sebuah kota di dalam era otonomi daerah seperti sekarang ini menjadi sangat penting karena pencitraan

kota (*city branding*) akan menjadi dasar dan peluang pengembangan kota di masa depan. Beberapa Kabupaten/kota telah mulai membangun *city branding* untuk menegaskan jati diri kota itu sendiri. Melalui *branding* yang kuat, maka kepala daerah lebih mudah untuk memasarkan dan menarik investor untuk mengembangkan daerahnya. Mereka dapat menjelaskan dengan mudah bagaimana keadaan wilayahnya dan keunggulan yang dimiliki sebagai sumber usaha.

4. *City Branding* Sebagai Sebuah Produk

Pada sebuah persaingan pasar dibutuhkan *brand* atau merek yang kuat untuk menjadi suatu pembeda yang jelas, bernilai, dan berkesinambungan sebagai daya saing perusahaan dan sangat membantu dalam strategi pemasaran. Hal tersebut selaras dengan sebuah pernyataan yang diungkapkan oleh Koehn dalam (Farhana, 2012:224) bahwa sebuah *brand* berfungsi sebagai simbol yang memungkinkan konsumen untuk mengidentifikasi dan memisahkan satu produk dengan produk yang lain. *Brand* membantu untuk membangun hubungan yang berkelanjutan dengan konsumen. Upaya dalam membangun *brand* dikenal dengan istilah *branding* yang merupakan proses dan upaya berkomunikasi dengan konsumen agar membeli produk atau jasa melalui pembentukan persepsi (Walton, 2008:771).

Menurut Willey dan Sons, (2001:21) mengungkapkan bahwa *Branding* merupakan proses asosiasi makna yang dapat diaplikasikan pada semua hal baik pada individu yang kita kenal dengan *personal branding*, pada industri bisnis, perusahaan maupun organisasi, serta tempat seperti negara, daerah, maupun kota. Seperti yang disampaikan oleh Moilanen dan Rainsto (2009:7) bahwa penerapan

branding bagi sebuah kota merupakan manajemen citra suatu daerah yang dibentuk melalui inovasi strategis serta koordinasi ekonomi, komersial, sosial, kultural, dan peraturan pemerintah. Sebagai strategi komunikasi, *branding* memungkinkan pemerintah untuk mengontrol citra daerah untuk menarik investor, wisatawan, dan masyarakat (Crombie, 2011:6).

Sebuah kota dan seluruh dimensinya menciptakan struktur sosial yang berfungsi untuk memberikan motivasi dalam memunculkan kegiatan kewirausahaan dan pengembangan bagi seluruh kota, persaingan antar kota bertujuan untuk menarik investasi yang masuk sehingga kota perlu berpromosi secara lebih aktif (Peel dan Lloyd, 2008:510). Seluruh dimensi dalam suatu kota dapat dijadikan produk jual, dimensi tersebut antara lain yaitu pariwisata, budaya lokal, makanan khas, keunggulan kompetitif dalam pengelolaan lingkungan berkelanjutan, keadaan demografi, infrastruktur, serta teknologi informasi dan komunikasi. Suatu kota membutuhkan sebuah *brand* agar memiliki nilai jual, mampu bersaing, menarik wisatawan, pembangunan ekonomi, dan kemajuan kota (Crombie, 2011:2). Hal tersebut dapat diartikan bahwa kota dapat diasosiasikan sebagai sebuah produk karena memiliki daya saing dan keunggulan yang berbeda-beda antar kota satu dengan kota lainnya.

E. Peran Pemerintah dalam Pengembangan Pariwisata

Pemerintah daerah dalam rangka pengembangan pariwisata mempunyai peran dan fungsi untuk dapat memanfaatkan secara optimal potensi daerah yang ada di daerahnya. Fungsi dari pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata

adalah sebagai pelaksana sekaligus penanggung jawab terhadap kegiatan pariwisata tersebut. Menurut Pendit (1994:56) menyatakan bahwa:

Fungsi pokok Pemerintah Daerah dalam pariwisata:

- a. Sebagai pelaksana dan penanggung jawab penuh terhadap segala kegiatan kepariwisataan dan pembangunan kepariwisataan di daerahnya, serta hal-hal lain yang berkaitan dengan urusan kepariwisataan.
- b. Sebagai pelaksana dan penanggung jawab dari upaya pembangunan sektor kepariwisataan yang ditugaskan oleh pemerintah pusat atau pemerintah daerah tingkat atasnya.

Peran pemerintah daerah dalam kepariwisataan adalah sebagai unsur pembaharu serta pendorong pembangunan dan pengembangan kepariwisataan dalam menunjang peningkatan sumber-sumber pendapatan bagi daerah maupun devisa negara. Peran pemerintah dalam pengembangan pariwisata adalah bagaimana pemerintah daerah sanggup menyediakan infrastruktur, memperluas berbagai bentuk fasilitas, melakukan koordinasi antar aparat pemerintah dengan pihak-pihak yang terkait lainnya, pengaturan promosi, serta pembinaan kepada masyarakat. Hal ini dimaksudkan agar pengembangan pariwisata tersebut dapat mencapai tujuan sebagaimana yang telah ditargetkan oleh pemerintah daerah yang bersangkutan. Oleh karena itu peran dan fungsi pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata ini sangat perlu mendapatkan dukungan dari seluruh pihak agar tujuan tersebut dapat terwujud, dan membawa dampak baik untuk perekonomian dan kesejahteraan masyarakat.

F. Budaya Lokal

1. Pengertian Budaya

Indonesia merupakan negara majemuk yang memiliki berbagai macam budaya. Letak yang strategis dan juga memiliki tanah yang subur dengan kekayaan alam yang melimpah ruah. Pengalaman di masa lampau menjadikan Indonesia sebagai wilayah yang sibuk dan menjadi salah satu urat nadi perekonomian yang ada di Asia Tenggara dan dunia menyebabkan banyak penduduk dari negara lain datang ke Indonesia. Letak geografis Indonesia yang strategis menyebabkan semua arus budaya asing bebas masuk ke Indonesia. Budaya yang masuk tersebut memiliki berbagai macam dampak, baik dampak positif maupun dampak negatif. Seperti misalnya memperkaya mempengaruhi perkembangan budaya lokal yang sudah ada secara turun-temurun. Perkembangan kebudayaan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

- a. Lingkungan geografis induk bangsa, dan
- b. Kontak antar bangsa

Indonesia telah memenuhi faktor tersebut sehingga kebudayaan yang ada menjadi beragam dan unik. Konsep budaya atau kebudayaan sering berbeda dibandingkan dengan disiplin ilmu lainnya. Pengertiannya hanya dibatasi pada sesuatu yang indah seperti candi, tari, sastra, seni, dan filsafat.

2. Pengertian budaya Lokal

Indonesia memang dikenal dengan negara yang memiliki berbagai ragam budaya. Budaya lokal meliputi berbagai kebiasaan dan nilai bersama yang dianut masyarakat tertentu. Budaya lokal adalah suatu kebiasaan adat istiadat daerah

tertentu yang lahir secara alamiah, berkembang dan sudah menjadi kebiasaan yang sukar diubah. Setiap daerah memiliki budaya lokalnya masing-masing. Budaya lokal juga dapat diartikan sebagai suatu budaya yang berasal dari masing-masing daerahnya dan memiliki ciri khas tertentu di masing-masing daerah sebagai identitas daerah tersebut. Seiring dengan perkembangan jaman dan sosial budaya, saat ini budaya lokal dimaknai sebagai pengetahuan bersama yang dimiliki sejumlah orang. Budaya meliputi berbagai kebiasaan dan nilai bersama yang dianut masyarakat tertentu. Kebudayaan suku bangsa juga sering dihubungkan dengan budaya lokal. Pada umumnya budaya lokal dapat langsung dikenali dari Bahasa yang digunakan diantara mereka. Bahasa merupakan symbol identitas, jati diri, serta pengikat diantara suku bangsa. Bangsa yang besar merupakan bangsa yang tidak keluar dari akar budayanya. Melestarikan budaya daerah bukan berarti ketinggal atau kuno tetapi orang modern merupakan orang yang dapat mengembangkan budaya daerah.

Dalam pengembangan daerah, pariwisata dapat meimbulkan berbagai dampak yang terjadi bagi kebudayaan masyarakat suatu daerah tersebut. Dampak positif yang ditimbulkan adalah jika pengembangan tersebut dapat menarik perhatian lebih besar terhadap nilai-nilai kebudayaan masyarakat setempat. Sedangkan dampak negatif yang ditimbulkan adalah apabila pengembangan kebudayaan tadi melunturkan nilai-nilai budaya yang sudah ada karena masyarakat setempat lebih tertarik dengan nilai-nilai budaya asing tanpa menghayati esensinya. Meski demikian, bersikap positif tidak berarti mengabaikan dampak-dampak negatif yang timbul. Dengan adanya dampak negatif tersebut,

maka tidak selalu berarti kita bersikap negatif terhadap wisatawan, baik wisatawan lokal, nasional, maupun internasional.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih dalam penelitian didasarkan pada masalah yang dikaji dalam penelitian ini mengenai pengembangan pariwisata melalui pelestarian kesenian reyog Ponorogo dalam mewujudkan city branding.

Penelitian kualitatif lebih memusatkan perhatian pada penemuan fakta-fakta sebagaimana keadaan yang ada di lapangan. Moleong (1989) mengemukakan pendapat bahwa penelitian kualitatif antara lain bersifat deskriptif, data yang dikumpulkan lebih banyak berupa kata-kata atau gambar daripada angka-angka (Basrowi & Suwandi, 2008: 187).

Pendekatan yang digunakan dalam penulisan skripsi ini merupakan pendekatan kualitatif karena data yang akan dihasilkan dalam penelitian ini berupa data kata-kata yang tertulis atau lisan dan bukan dalam bentuk hitungan. Pendekatan ini dapat digunakan untuk mengungkapkan dan memahami sesuatu di balik fenomena yang belum diketahui. Bogdan dan Taylor dalam Basrowi dan Suwandi (2008: 21) mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Metode pendekatan yang digunakan oleh peneliti, dirasa sesuai dengan karakteristik penelitian kualitatif dengan fenomena yang diteliti. Dengan

menggunakan penelitian deskriptif pendekatan kualitatif, peneliti berharap mampu untuk menggambarkan dan mendeskripsikan keadaan yang sebenarnya sesuai dengan kenyataan yang ada di lapangan maupun di luar lapangan nanti.

B. Fokus Penelitian

Salah satu faktor penting dalam suatu penelitian adalah menentukan fokus penelitian. Perlunya fokus penelitian ini adalah untuk membatasi masalah dalam penelitian sehingga objek yang akan diteliti tidak melebar dan terlalu luas. Menurut Lexi J Moleong fokus penelitian adalah penempatan masalah yang menjadi pusat perhatian penelitian. Masalah adalah suatu keadaan yang bersumber dari hubungan antar dua faktor atau lebih yang menghasilkan situasi yang menimbulkan tanda tanya dan dengan sendirinya memerlukan upaya untuk mencari suatu jawaban. Faktor dalam hal ini dapat berupa konsep, data empiris, pengalaman atau unsur lainnya yang apabila keduanya ditempatkan secara berpasangan akan menimbulkan sejumlah tanda tanya atau kesulitan (Moleong, 2000:93). Adapun hal terkait yang ditetapkan dalam fokus penelitian ini adalah :

1. Pengembangan pariwisata melalui pelestarian kesenian reyog Ponorogo dalam mewujudkan *city branding*

1.1 Kriteria terwujudnya *City Branding*

- a. *Attributes*
- b. *Messages*
- c. *Differentiation*
- d. *Ambassadorship*

1.2 Pengembangan Pariwisata

- a. Promosi
- b. Pengembangan Aksesibilitas
- c. Pengembangan Objek Wisata
- d. Pengembangan Sumber Daya Manusia
- e. Kampanye Nasional Sadar wisata

2. Faktor Pendukung dan Faaktor Penghambat yang mempengaruhi pengembangan pariwisata melalui pelestarian kesenian reyog Ponorogo dalam mewujudkan city Branding. :

2.1 Faktor Pendukung

- a. Progam Pemerintah
- b. Partisipasi Grup Reyog
- c. Sarana dan Prasarana

2.2 Faktor Penghambat

- a. Generasi Muda
- b. Perawatan Infrastruktur

C. Lokasi dan Situs Penelitian

Moleong (2011:128) mengemukakan bahwa lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian terutama dalam menangkap fenomena atau peristiwa yang sebenarnya terjadi dari obyek yang diteliti dalam rangka mendapatkan data-data penelitian yang akurat. Dalam penentuan lokasi peneltian, cara yang terbaik ditempuh dengan jalan mempertimbangkan teori substantif dan menjajaki lapangan untuk mencari kesesuaian dengan kenyataan.

Berdasarkan pemaparan mengenai lokasi penelitian yang telah disebutkan diatas, maka peneliti memilih di lingkungan sekitar Kabupaten Ponorogo sebagai tempat penelitian, karena kabupaten Ponorogo memiliki kebudayaan lokal yang cukup menarik dan salah satu yang terkenal yaitu Reyog Ponorogo. Sedangkan situs penelitian adalah letak peneliti mengadakan penelitian untuk memperoleh informasi dan data yang digunakan untuk menjawab permasalahan sesuai dengan fokus penelitian. Situs penelitian dalam penelitian ini adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo, dan Kelompok Paguyuban Reyog. Pemilihan situs ini dikarenakan pada lokasi tersebut data dan informasi yang akurat mengenai perkembangan budaya dan pariwisata Kabupaten Ponorogo.

Situs penelitian adalah tempat dimana peneliti dapat memperoleh sebuah data dari suatu obyek yang diteliti sehingga dapat memperoleh hasil yang akurat, terjamin kebenarannya. Dalam penelitian ini yang menjadi situs penelitian adalah sebagai Berikut :

1. Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo
2. Grup Reyog dari Kecamatan Ponorogo.
3. Grup Reyog dari Kecamatan Babadan
4. Grup Reyog dari Kecamatan Siman
5. Grup Reyog dari Kecamatan Jenangan
6. Grup Reyog dari Kecamatan Kauman
7. Grup Reyog dari Kecamatan Jambon

D. Sumber dan Jenis Data

1. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan salah satu faktor yang dijadikan pertimbangan untuk menentukan metode pengumpulan data. Pada hal ini sumber data merupakan suatu bahan yang ditemukan untuk penelitian dan juga bisa berupa informasi-informasi penting yang dapat memperlancar penelitian. Menurut Arikunto (2002:107) bahwa sumber data dalam penelitian merupakan subyek darimana saja dapat diperoleh. Alat yang menjadi informasi adalah benda atau seseorang yang dapat dijadikan sebagai narasumber data karena lebih dianggap menguasai bidang permasalahan yang berhubungan erat dengan pelaksanaan suatu kegiatan. Data tersebut kemudian menjadi sebuah sumber dimana akan didapatkan banyak sumber dalam penelitian, dan akan diperoleh hasil penelitian yang lebih berkualitas.

Maka dari itu, pembagian sumber data dalam penelitian sebagai berikut :

- a. Informan, peneliti dalam melakukan informasi awal maka peneliti melakukan pengamatan terlebih dahulu dan juga pra riset, kemudian peneliti memilih informan secara purposive, pada subjek penelitian yang akan menguasai permasalahan yang diteliti. Lalu untuk mendapatkan informan yang selanjutnya, peneliti meminta kepada informan yang awal untuk memberikan informasi dan juga menentukan siapa yang selanjutnya kompeten dan bisa memberikan informasi sesuai dengan fokus penelitian.
- b. Dokumen, Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melihat dokumen-dokumen yang dianggap relevan pada lokasi dan situs penelitian

sesuai dengan permasalahan yang diteliti dan juga sesuai dengan peraturan atau kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan pengembangan kuliner yang ada di Kabupaten Sumenep. Tidak hanya itu peneliti juga mencari data yang berhubungan langsung dengan profil lokasi penelitian. Adapun teknik ini dilakukan untuk melengkapi informasi peneliti dan agar mendapatkan data yang lebih akurat lagi.

- c. Tempat atau Lokasi sebagai sumber data tambahan yang dilakukan dengan melalui kegiatan observasi secara langsung pada tempat dan lokasi yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata melalui pelestarian kesenian reyog Ponorogo dalam mewujudkan *city Branding*.

Lofland dan Lofland dalam Moleong (2009:157) sumber data pada penelitian kualitatif merupakan kata-kata, tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain, ada dua jenis sumber data, yaitu data primer dan sekunder. Kedua data tersebut sangat penting atau dibutuhkan untuk menetapkan beberapa informasi yang relevan dengan data tentang variabel-variabel penelitian dan untuk meminimaliskan data yang akan dikumpulkan agar dalam penelitian dapat membuat kesimpulan-kesimpulan dari data yang dikumpulkan tersebut.

2. Jenis Data

Sumber data penelitian dapat digolongkan dalam 2 (dua) jenis yakni data primer dan sekunder. data primer yakni sumber data yang diperoleh secara langsung dari pemberi data ke pengumpul data (Sugiyono, 2012:139). data sekunder yakni sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari,

dan memahami melalui media lain seperti literatur, buku-buku, serta dokumen (Sugiyono, 2012:141). Adapun jenis data yang diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut :

a. Data primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari narasumber/informan melalui proses wawancara dengan pihak yang terkait. Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian (Moleong, 2011:132). Informan yang diwawancarai harus memahami permasalahan yang akan diteliti. Pada penelitian ini peneliti menetapkan jumlah informan berdasarkan pertimbangan waktu, tempat, dan tingkat pemahaman informan terhadap permasalahan yang sedang diteliti.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang bersumber dari beberapa media perantara atau diperoleh dan dicatat pihak lain. Pada penelitian ini penulis juga menggunakan literature, dokumen, peraturan-peraturan dan juga renfrensi dari internet ataupun koran untuk membantu apa saja yang dibutuhkan oleh peneliti agar dapat melengkapi data pada penelitian ini.

Seperti menurut Arikunto (2006:129) bahwa dalam rangka mempermudah dan mengklarifikasikan data, sumber data dapat diidentifikasi menjadi tiga yaitu :

- a. *Person*, yaitu sumber data bisa memberikan data yang berupa jawaban lisan, atau jawaban tertulis melalui angket/questioner.

- b. *Paper*, yaitu sumber data yang menyajikan data-data berupa huruf, angka, simbol, dan lainnya.
- c. *Place*, yaitu sumber data yang menyajikan tampilan berupa keadaan diam atau bergerak.

E. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian kualitatif bisa berupa orang, peristiwa dan lokasi, benda, dokumen, atau arsip. Teknik pengumpulan data yang di gunakan oleh peneliti dalam meneliti masalah ini, yaitu :

1. Wawancara.

Sumber data yang sangat penting, langsung dari narasumber atau informan. Untuk mengumpulkan informasi dari sumberdata ini diperlukan tanya jawab secara lisan. Wawancara digunakan sebagai teknik pengambilan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya kecil/sedikit. Teknik wawancara yang akan digunakan peneliti pada penelitian ini yaitu wawancara yang terstruktur. Dimana wawancara ini dilaksanakan oleh peneliti dalam waktu 1 bulan mengingat pada prariset peneliti sudah melakukan proses wawancara dengan nara sumber yang terkait. Pada penelitian ini wawancara digunakan untuk memperoleh jawaban secara langsung dan data akurat dari

narasumber/informan terkait dengan pengembangan pariwisata melalui pelestarian kesenian reyog Ponorogo dalam mewujudkan *city Branding*.

2. Observasi

Digunakan untuk menggali data dari sumber data yang berupa peristiwa, tempat atau lokasi dan benda, serta rekaman gambar. Observasi dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung. Observasi dengan kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra sebagai alat bantu utamanya selain panca indra seperti lainnya yaitu telinga, penciuman, mulut, dan kulit. Peneliti melakukan observasi lapangan dengan durasi kurang lebih 1 jam di masing-masing tempat. Dalam melakukan observasi, peneliti menggunakan alat bantu berupa *smartphone* yang digunakan untuk mengambil gambar obyek observasi serta merekam informasi-informasi yang didapatkan selama proses observasi. Peneliti juga menggunakan buku catatan lapangan (*field notes*) untuk mencatat informasi yang diperoleh selama observasi. Kedua instrumen tersebut digunakan sebagai upaya untuk meminimalisir kesalahan terhadap obyek yang diamati.

3. Dokumentasi

Merupakan sumber data yang sering memiliki posisi penting dalam penelitian ini. terutama bila sasaran kajian mengarah pada latar belakang atau berbagai peristiwa yang terjadi dimasa lampu atau yang terlihat pada saat meneliti. Pada teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melihat dokumen-dokumen yang bisa dianggap relevan di lapangan dan

juga situs penelitian yang sesuai pada permasalahan yang diteliti, dengan tujuan mendapat data yang baik yaitu data primer maupun sekunder.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah :

1. Peneliti sendiri, yang merupakan sarana pengumpul data utama, terutama pada saat proses wawancara dan analisi data, serta peneliti menggunakan alat yang berupa panca indera untuk melakukan pengamatan langsung dan pencatatan terhadap fenomena-fenomena yang ada di dalam permasalahan yang terjadi di lapangan.
2. Pedoman wawancara, merupakan suatu daftar pertanyaan yang akan diberikan kepada informan. Hal ini dilakukan peneliti untuk mempermudah peneliti dalam melaksanakan pengumpulan data dan juga berfungsi sebagai pengarah dalam proses wawancara dengan informan.
3. Perangkat penunjang lain yang berupa buku catatan dan alat tulis yang digunakan untuk mencatat data yang diperoleh dari lapangan, serta alat dokumentasi seperti kamera.

G. Analisis Data

Sebagaimana yang sudah diutarakan oleh Bogdan & Biklen dalam Moleong (2000:248), analisa data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengkoordinasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesisikannya, mencari dan menemukan pola,

menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, serta memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang berhasil dikumpulkan dari berbagai sumber. Langkah berikutnya membuat reduksi data yang dilakukan dengan jalan menyusun abstraksi yang berisi intisari dari setiap fokus yang diteliti. Setelah itu, menyusunnya dalam bentuk satuan-satuan untuk kemudian dibuat kategorisasi. Tahap berikutnya adalah memeriksa keabsahan data. Setelah tahap ini selesai, peneliti kemudian melangkah ke tahap interpretasi data dan mengolahnya menjadi lapran penelitian. Proses analisis data tersebut mengikuti model analisis interaktif dari miles dan huberman. Model interaktif (Miles, Huberman dan Saldana 2014:33) mengemukakan bahwa analisis terdiri dari tiga alur kegiatan, yang meliputi :

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung. Pada tahap pertama, peneliti mengumpulkan data yang telah ditentukan sejak awal yang melibatkan aktor, aktifitas dan terjadinya fenomena. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data primer dengan metode wawancara dengan informan dan observasi ke obyek yang sesuai dengan topik penelitian.

2. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Proses pemilihan, pemberian fokus, penyederhanaan, dan transformasi data mentah yang terdapat di lapangan. Hal ini bertujuan untuk mempertajam, menggolongkan, menyortir, dan mengorganisasikan data. Dalam penelitian

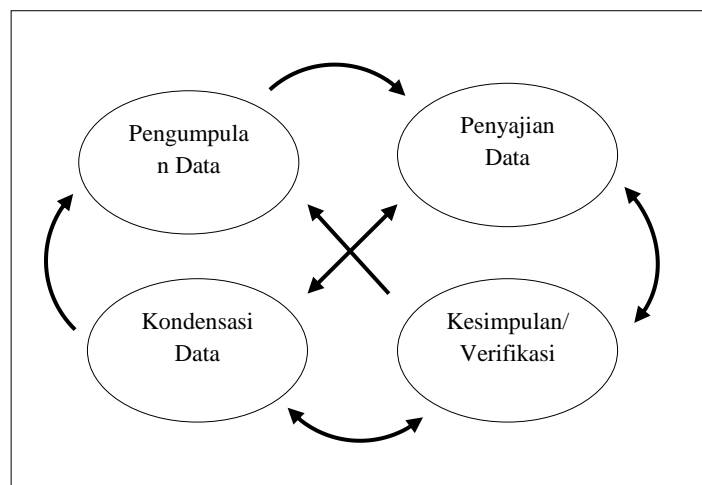
yang akan dilakukan data yang akan diproduksi meliputi gambaran umum Dinas Pariwisata Kebudayaan Kabupaten Ponorogo. Gambaran ini meliputi lokasi penelitian, alur pikir instansi (Tugas Pokok dan Fungsi, Visi, Misi, Tujuan Pembentukan Instansi), batas wilayah kewenangan, struktur organisasi, sumber daya manusia.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Proses penyusunan informasi yang kompleks ke dalam bentuk yang sistematis dan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan. Bentuk paling umum yang digunakan berupa teks uraian. Dalam penelitian data yang disajikan meliputi pengembangan pariwisata melalui pelestarian kesenian reyog Ponorogo dalam mewujudkan city Branding yang dilaksanakan oleh pemerintah daerah kabupaten ponorogo melalui Dinas Pariwisata Kebudayaan Kabupaten Ponorogo.

4. Penarikan Kesimpulan / Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verifying*)

Merupakan kegiatan akhir dari kegiatan analisis berupa penarikan kesimpulan dengan cara meninjau ulang data-data yang diperoleh di lapangan agar data tersebut terbukti keabsahannya / valid. Dari proses reduksi data sampai penyajian data kemudian dianalisis dan ditarik sebuah kesimpulan penelitian.



Gambar 2. Komponen-Komponen Analisis Data Model Interaktif

Sumber : Miles, Huberman dan Saldana (2014:33)

Kegiatan analisis data yang terdiri dari Pengumpulan Data, Kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi merupakan suatu jalinan pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar, untuk membangun wawasan umum yang disebut analisis. Dalam pandangan ini, ketiga alur kegiatan dalam proses analisis dan kegiatan pengumpulan data itu sendiri merupakan proses siklus dan interaktif.

Peneliti harus siap bergerak diantara empat kegiatan tersebut selama melakukan pengumpulan data. Selanjutnya, peneliti harus bergerak bolak-balik diantara kegiatan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan/verifikasi selama sisa waktu penelitian yang merupakan suatu upaya berlanjut, berulang, dan terus-menerus. Ketiga kegiatan tersebut merupakan suatu gambaran atau menjadi gambaran keberhasilan secara

berurutan sebagai rangkaian dari kegiatan analisis yang saling menyusul dan melengkapi.

H. Keabsahan Data

Uji keabsahan data pada penelitian kualitatif hanya ditekankan pada uji validitas dan reabilitas, karena dalam penelitian kualitatif kriteria utama pada data penelitian adalah valid, eliable, dan objektif. Teknik pemeriksaan keabsahan data (Moleong, 2007: 327), yaitu “perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan sejawat, kecukupan referensial, kajian kasus negatif, pengecekan anggota, uraian rinci, audit kebergantungan, dan audit kepastian”. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan tiga teknik, meliputi:

1. Perpanjangan Keikutsertaan

Perpanjangan keikutsertaan berarti peneliti tinggal di lapangan sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai. Kehadiran peneliti dalam setiap tahap penelitian kualitatif membantu peneliti untuk memahami semua data yang dihimpun dalam penelitian bahkan sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai. Perpanjangan keikutsertaan digunakan peneliti untuk membangun kepercayaan para subjek terhadap peneliti dan juga kepercayaan diri peneliti sendiri.

2. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan berarti mencari secara konsisten interpretasi dengan berbagai cara dalam kaitannya dengan proses analisis konstan atau tentatif. Ketekunan pengamatan menggunakan seluruh panca indera meliputi

pendengaran dan insting peneliti sehingga dapat meningkatkan derajat keabsahan data.

3. Triangulasi

Denzin (Moleong, 2007: 178) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori. Triangulasi dengan memanfaatkan peneliti untuk mengecek kembali derajat kepercayaan data. Hal ini dilakukan peneliti dengan cara mengkonsultasikan hasil penelitian kepada dosen pembimbing skripsi. Triangulasi dengan sumber data dilakukan dengan cara membandingkan data hasil wawancara dengan pengamatan, apa yang dikatakan dengan situasi penelitian sepanjang waktu, pandangan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat, serta membandingkan hasil wawancara dengan dokumentasi yang terkait. Triangulasi dengan metode dilakukan untuk melakukan pengecekan terhadap penggunaan metode pengumpulan data yang meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi. Triangulasi dengan teori dilakukan dengan mengurai pola, hubungan, dan menyertakan penjelasan yang muncul dari analisis untuk mencari penjelasan pembanding.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Kabupaten Ponorogo

a. Kondisi Geografis dan Demografi

Kabupaten Ponorogo terletak di Wilayah Barat Provinsi Jawa Timur yang berbatasan langsung dengan Provinsi Jawa Tengah yang memiliki luas wilayah 1.371,78 km² yang secara administratif terbagi kedalam 21 Kecamatan dan 305 desa atau kelurahan. Berdasarkan kondisi geografis Kabupaten Ponorogo terletak antara 111 derajat 17' - 111 derajat 52' Bujur Timur (BT) dan 7o49' - 8o20' Lintang Selatan (LS) dengan ketinggian antar 92 sampai dengan 1.563 meter diatas permukaan laut yang dibagi menjadi 2 sub area, yaitu area dataran tinggi yang meliputi kecamatan Ngrayun, Soolo, Pudak, Ngebel serta tujuh belas kecamatan lainnya merupakan daerah dataran rendah. Jarak Kabupaten Ponorogo dengan Ibukota Provinsi Jawa Timur (Surabaya) kurang lebih 200 km kearah timur laut dan ke Ibukota Negara (Jakarta) kurang lebih 800 km ke arah barat. Adapun batas-batas wilayah Kabupaten Ponorogo adalah sebagai berikut:

Utara : Kabupaten Madiun, Kabupaten Magetan, dan Kabupaten Nganjuk

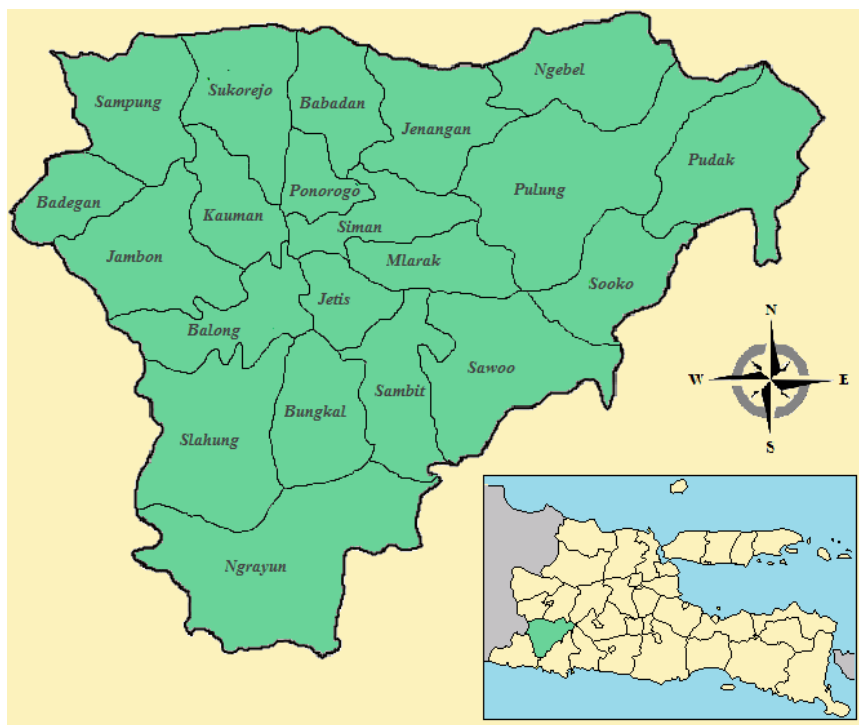
Timur : Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Trenggalek

Selatan : Kabupaten Pacitan

Barat : Kabupaten Pacitan dan Kabupaten Wonogiri (Provinsi Jateng)

Secara administratif wilayah Kabupaten Ponorogo terbagi menjadi 21 Kecamatan serta 305 Kelurahan dan Desa, 947 Dusun/Lingkungan. 2.272 Rukun

Warga (RW) dan 6.842 Rukun Tentangga (RT). Untuk menjalankan roda pemerintahan, Pemerintah Kabupaten Ponorogo didukung oleh segenap Pegawai di Tingkat Kabupaten, Kecamatan sampai Desa/Kelurahan, yang berbeda di kantor, lembaga teknis, BUMD, Dinas, Badan serta unit-unit pelaksana teknis lainnya. (www.ponorogokab.go.id)



Gambar 3 : Peta Kabupaten Ponorogo

Sumber : (www.ponorogokab.go.id)

b. Sejarah Kabupaten Ponorogo

Berdasarkan Babad Ponorogo, berdirinya Kabupaten Ponorogo dimulai setelah Raden Katong sampai di wilayah Wengker. Pada saat itu Wengker dipimpin oleh Suryo Ngalam yang dikenal sebagai Ki Ageng Kutu. Raden Katong lalu memilih tempat yang memenuhi syarat untuk pemukiman (yaitu di dusun Plampitan Kelurahan Setono Kecamatan Jenangan sekarang). Melalui situasi dan

kondisi yang penuh dengan hambatan, tantangan, yang datang silih berganti, Raden Katong, Selo Aji, dan Ki Ageng Mirah beserta pengikutnya terus berupaya mendirikan pemukiman. Pada tahun 1482 – 1486 M, untuk mencapai tujuan menegakkan perjuangan dengan menyusun kekuatan, sedikit demi sedikit kesulitan tersebut dapat teratasi, pendekatan kekeluargaan dengan Ki Ageng Kutu dan seluruh pendukungnya ketika itu mulai membuahkan hasil. Dengan persiapan dalam rangka merintis mendirikan kadipaten didukung semua pihak, Bathoro Katong (Raden Katong) dapat mendirikan Kadipaten Ponorgo pada akhir abad XV, dan ia menjadi adipati yang pertama.

Kadipaten Ponorogo berdiri pada tanggal 11 Agustus 1496 Masehi, tanggal inilah yang kemudian ditetapkan sebagai hari jadi Kabupaten Ponorogo sampai sekarang. Penetapan tanggal ini merupakan kajian mendalam atas dasar bukti peninggalan benda-benda purbakala di daerah Ponorogo dan sekitarnya, juga mengacu pada buku *Hand Book of Oriental History*, sehingga dapat ditemukan hari wisuda Bathoro Katong sebagai Adipati Kadipaten Ponorogo. Bathoro Katong adalah pendiri Kadipaten Ponorogo yang selanjutnya berkembang menjadi Kabupaten Ponorogo. Mengutip buku Babad Ponorogo karya Poerwowidjojo (1997). Diceritakan, bahwa asal-usul nama Ponorogo bermula dalam kesepakatan dan bermusyawarah bersama Raden Bathoro Katong, Kyai Mirah, Selo Aji dan Joyodipo pada hari jum'at saat bulan purnama, bertempat di tanah lapang dekat sebuah gubuk (wilayah katongan sekarang). Didalam musyawarah tersebut disepakati bahwa kota yang didirikan dinamakan “Pramana Raga”.

Pramana Raga terdiri dari dua kata: Pramana yang berarti daya kekuatan, rahasia hidup, permono wadi, sedangkan Raga berarti badan dan jasmani. Kedua kata tersebut dapat ditafsirkan bahwa dibalik badan, wadak manusia tersimpan suatu rahasia hidup (wadi) berupa olah batin yang mantab dan berkaitan dengan pengendalian sifat-sifat amarah, aluwamah, shufiah dan muthmainah. Manusia yang memiliki kemampuan olah batin yang mantab dan mapan akan menempatkan diri dimanapun dan kapanpun berada. Nama Pramana Raga yang sebenarnya diberikan, karena semakin berjalannya waktu dan kebiasaan masyarakat untuk lebih mudah menyebutkannya, kini Pramana Raga menjadi Ponorogo. (www.ponorogokab.go.id)

c. Visi dan Misi Kabupaten Ponorogo

Kabupaten Ponorogo memiliki Visi dan Misi yang telah dirumuskan dan disepakati oleh pihak-pihak yang berwenang untuk dijalankan dan dilaksanakan agar menjadi tujuan yang diinginkan. Adapun Visi dan Misi Kabupaten Ponorogo adalah sebagai berikut :

Visi Kabupaten Ponorogo

***“KABUPATEN PONOROGO BERBENAH MENUJU PONOROGO YANG
LEBIH MAJU, BERBUDAYA DAN RELIGIUS”***

Misi Kabupaten Ponorogo

- 1) Terbentuknya budaya keteladanan pemimpin yang efektif, guna mengembangkan manajemen pemerintahan daerah yang amanah, tanggap dan berkemampuan andal memecahkan masalah rakyat.

- 2) Terkelolanya seluruh sumber daya daerah menjadi lebih berdayaguna, unggul, produktif, berkelanjutan, serta bermanfaat luas secara ekonomi dan sosial.
- 3) Terwujudnya pengelolaan infrastruktur strategis secara profesional, agar memiliki daya dukung yang kokoh untuk menyokong produktivitas masyarakat, kemajuan wilayah, serta peningkatan kesejahteraan umum.
- 4) Terbangunnya sistem pertanian modern, sebagai basis pengembangan model ekonomi kerakyatan yang berdaya saing tangguh, memicu investasi dan industry, serta berperan menjadi lokomotif penggerak perekonomian daerah.
- 5) Penataan kawasan yang nyaman untuk semua, dengan ketersediaan ruang publik yang memadai, berwawasan kelestarian lingkungan, sekaligus upaya mempercepat pengurangan ketimpangan antara wilayah pedesaan dengan perkotaan.
- 6) Terbangunnya prinsip kemandirian dalam upaya pemberdayaan masyarakat miskin, pengangguran, serta perluasan kesempatan kerja.
- 7) Meningkatnya peran aktif Pemerintah Daerah dalam memajukan sistem pelayanan pendidikan dan kesehatan masyarakat, guna mendorong kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang hebat dan bertaqwa.

2. Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo

a. Dasar Hukum

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo berada di jalan Pramuka No. 19 Kabupaten Ponorogo. Dinas kebudayaan dan Pariwisata merupakan unsur pelaksana otonomi daerah pada bidang kebudayaan dan pariwisata yang dipimpin oleh Kepala Dinas yang bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai tugas membantu Bupati dalam melaksanakan urusan pemerintah daerah berdasarkan otonomi dan tugas pembantu dibidang kebudayaan dan pariwisata. Tugas dan fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata diatur dalam peraturan Bupati Ponorogo Nomor 63 Tahun 2008 tentang uraian tugas dan fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo. Dalam melaksanakan tugasnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, mempunyai fungsi sebagai berikut:

- a. Perumusan kebijakan teknis pada bidang kebudayaan dan pariwisata
- b. Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum pada bidang kebudayaan dan pariwisata
- c. Pembinaan pelaksanaan tugas pada bidang kebudayaan dan pariwisata
- d. Penyelenggaraan dan pengelolaan administrasi dan urusan rumah tangga dinas
- e. Pelaksanaan koordinasi dengan lembaga pemerintahan/swasta yang berkaitan dengan lingkup tugas pada bidang kebudayaan dan pariwisata
- f. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan Bupati.

Untuk melaksanakan dan menjalankan tugas dan fungsi diatas, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai wewenang pada setiap masing-masing bidang. Kewenangan setiap bidang tersebut adalah:

1.1 Bidang Kebudayaan

- 1) Penyelenggara perlindungan, pengembangan dan pemanfaatan kebudayaan skala kabupaten.
- 2) Pengajuan usul rekomendasi pembebasan fiskal untuk kegiatan misi kesenian Indonesia ke luar negeri dari kabupaten.
- 3) Penyelenggaraan kegiatan revitalisasi seni di kabupaten
- 4) Penyelenggaraan pembinaan dan pengembangan peningkatan apresiasi seni tradisonal dan modern di kabupaten
- 5) Koordinasi dan sinkronisasi kebijakan operasional perfilman skala kabupaten
- 6) Penyelenggaran kegiatan festival pameran dan lomba secara berjenjang dan brkala di tingkat kabupaten
- 7) Pengawasan pembuatan film oleh tim asing di kabupaten
- 8) Pelaksaasn perijinan kegiatan-kegiatan fiestival film dan pekan film di kabupaten
- 9) Pelaksanaan perijinan usaha terhadap pembuatan film oleh tim asing skala kabupaten
- 10) Pelaksanaan perijinan usaha perfilman di bidang pembuatan film, pengedaran film, penjualan dan penyewaan film (VCD,DVD),

pertunjukan film (bioskop), pertunjukan film keliling, penayangan film melalui media elektronik, dan tempat hiburan.

- 11) Fasilitasi organisasi/ lembaga perfilman kabupaten
- 12) Penampilan dan pengawasan peredaran film dan rekaman video di kabupaten
- 13) Fasilitasi advokasi pengembangan perfilman ditingkat kabupaten
- 14) Pelaksanaan perijinan membawa BCB ke luar kabupaten dalam satu provinsi
- 15) Penyebarluasan informasi sejarah lokal di kabupaten
- 16) Pemrosesan pemberian penghargaan bidang sejarah lokal di kabupaten
- 17) Koordinasi dan fasilitasi pelaksanaan kongres di tingkat daerah di kabupaten
- 18) Pelaksanaan lawatan sejarah tingkat lkal di kabupaten
- 19) Koordinasi dan fasilitasi pelaksanaan seminar/lokakarya sejarah lokal dalam prespektif nasional di kabupaten
- 20) Koordinasi dan fasilitasi musyawarah kerja daerah di bidang sejarah skala kabupaten
- 21) Pengkajian dan penulisan sejarah daerah dan sejarah kebudayaan daerah di kabupaten
- 22) Pemetaan sejarah skala kabupaten
- 23) Koordinasi dan kemitraan bidang sejarah di kabupaten

- 24) Penanganan perlindungan, pemeliharaan dan pemafaatan BCB/situs warisan budaya dunia skala kabupaten
- 25) Registrasi BCB/situs dan kawasan skala kabupaten
- 26) Pengusulan penetapan BCB/situs provinsi kepada provinsi dan penetapan BCB/situs skala kabupaten
- 27) Penyelenggaraan kerjasama di bidang perlindungan, pemeliharaan, dan pemanfaat BCB/situs skala kabupaten
- 28) Koordinasi dan fasilitasi peningkatan peran serta masyarakat dalam perlindungan, pemeliharaan, dan pemanfaatan BCB/situs skala kabupaten
- 29) Pengembangan dan pemanfaatan museum kabupaten
- 30) Registrasi museum dan koleksi di kabupaten
- 31) Penyelenggaraan akreditasi museum di kabupaten, dan
- 32) Penambahan dan penyelematan koleksi museum di kabupaten.

1.2 Bidang Kepariwisataaan

- 1) Penyelenggaran Promosi kepariwisataan
- 2) Penyelenggaraan widya wisata skala kabupaten serta mengirim dan menerima peserta group widya wisata
- 3) Peserta/penyelenggara,pameran/*event,roadshow*bekerjasama dengan pemerintah/provinsi
- 4) Pengadaan sarana pemasaran skala kabupaten
- 5) Pembentukan perwakilan kantor promosi pariwisata di dalam negeri skala kabupaten

- 6) Penyediaan informasi pariwisata ke pusat pelayanan informasi pariwisata provinsi dan pembentukan pusat pelayanan informasi pariwisata skala kabupaten
- 7) Pelaksaaan *event* promosi diluar negeri dengan koordinasi pemerintah dan provinsi
- 8) Pengembangan sistem informasi pemasaran pariwisata skala kabupaten
- 9) Penerapan *branding* pariwisata nasional dan penetapan *tagline* pariwisata skala kabupaten

1.3 Bidang Kebudayaan dan Pariwisata

- 1) Koordinasi penyusunan Rencana Induk Pengembangan Sumber Daya Kebudayaan dan pariwisata Nasional skala kabupaten
- 2) Pelaksanaan kebijakan kabupaten dalam pengembangan sumber daya manusia kebudayaan dan pariwisata skala kabupaten
- 3) Pelaksanaan kebijakan kabupaten penelitian kebudayaan dan pariwisata skala kabupaten
- 4) Pelaksanaan rancangan induk penelitian arkeologi nasional oleh kabupaten berkoordinasi dengan badan arkeolog.

b. Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten

Ponorogo

1. Kepala Dinas

Kepala Dinas mempunyai tugas memimpin, mengkoordinasikan, melaksanakan, mengawasi dan mengendalikan serta memberikan pembinaan administrasi di bidang kebudayaan dan pariwisata

2. Sekretariat

Sekretariat dipimpin oleh sekretaris dinas yang berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala dinas. Sekretariat mempunyai tugas melaksanakan koordinasi penyusunan program, evaluasi dan pelaporan, administrasi umum, administrasi kepegawaian, keuangan, perlengkapan dan rumah tangga dinas. Untuk dapat melaksanakan tugas, sekretariat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata juga menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:

- 1) Pengkoordinasian penyusunan program dan penyelenggaraan tugas-tugas bidang secara terpadu dan tugas pelayanan administratif.
- 2) Pengelolaan administrasi dan pembinaan kepegawaian di lingkungan dinas.
- 3) Pengelolaan administrasi keuangan dan pembayaran gaji pegawai.
- 4) Pengelolaan surat-menyurat, kearsipan, ketatalaksanaan dan kepustakaan dinas
- 5) Pengelolaan asset, rumah tangga dan perlengkapan dinas

- 6) Penyelenggaraan protokoler, humas dan perjalanan dinas.
Penghimpunan dan penyusunan dana informasi, evaluasi dan pelaporan penyelenggaraan kegiatan dinas
- 7) Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh kepala dinas.

3. Bidang Kebudayaan

Bidang kebudayaan dipimpin oleh kepala bidang yang berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala dinas dan secara teknis administratif mendapatkan pembinaan dari sekretaris dinas. Bidang kebudayaan mempunyai tugas mengumpulkan bahan pembinaan, pemantauan, pelaksanaan, perijinan dan koordinasi di bidang kebudayaan. Fungsi dari bidang kebudayaan adalah:

- 1) Pelaksanaan pendataan kegiatan kesenian, sejarah, nilai tradisional, museum dan kepurbakalaan.
- 2) Pelaksanaan koordinasi dengan instansi terkait untuk memajukan kesenian serta melestarikan sejarah nilai tradisional, museum dan benda-benda kepurbakalaan.
- 3) Pelaksanaan perijinan di bidang seni dan budaya
- 4) Pelaksanaan pemantauan terhadap kegiatan seni budaya
- 5) Penyaluran subsidi atau bantuan kepada kegiatan kesenian, sejarah nilai tradisional museum kepurbakalaan serta memantau pelaksanaan dan pemanfaatannya.
- 6) Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas di bidang kebudayaan, dan
- 7) Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh kepala dinas.

Untuk menjalankan tugas pada bidang kebudayaan dibagi menjadi beberapa seksi, seksi-seksi dalam bidang kebudayaan adalah sebagai berikut:

- 1) Seksi seni dan budaya, dan
- 2) Seksi museum, sejarah dan nilai-nilai tradisional

Seksi dipimpin oleh kepala seksi yang berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala dinas. Masing-masing seksi mempunyai tugas sendiri sesuai dengan bidang yang dinaunginya. Seksi seni dan budaya mempunyai tugas menyiapkan bahan dan koordinasi dalam penyelenggaraan pelestarian dan pengembangan kesenian dan kebudayaan. Sementara tugas dari seksi museum, sejarah dan nilai-nilai tradisional adalah melaksanakan pendataan, pembinaan, pemantauan dan koordinasi dalam rangka pengelolaan dan pelestaria sejarah nilai tradisional, museum dan kepurbakalaan.

Selain tugas diatas, seksi seni dan budaya juga memiliki fungsi diataranya:

- 1) Pengumpulan dan identifikasi data keseian daerah dan kesenian tradisional kreasi baru.
- 2) Pelaksanaan pembinaan, peningkatan serta pengembangan kegiatan kebudayaan/kesenian da;am bentuk lomba/festival seni/budaya atau pekan budaya.
- 3) Pelaksanaan pemantauan terhadap kegiatan kesenian/ kebudayaan di masyarakat.
- 4) Penyiapan bahan koordinasi dengan instansi terkait untuk peningkatan dan pengembangan kesenian/kebudayaan.
- 5) Pelaksanaan pendataan dan identifikasi kelembagaan kesenian.

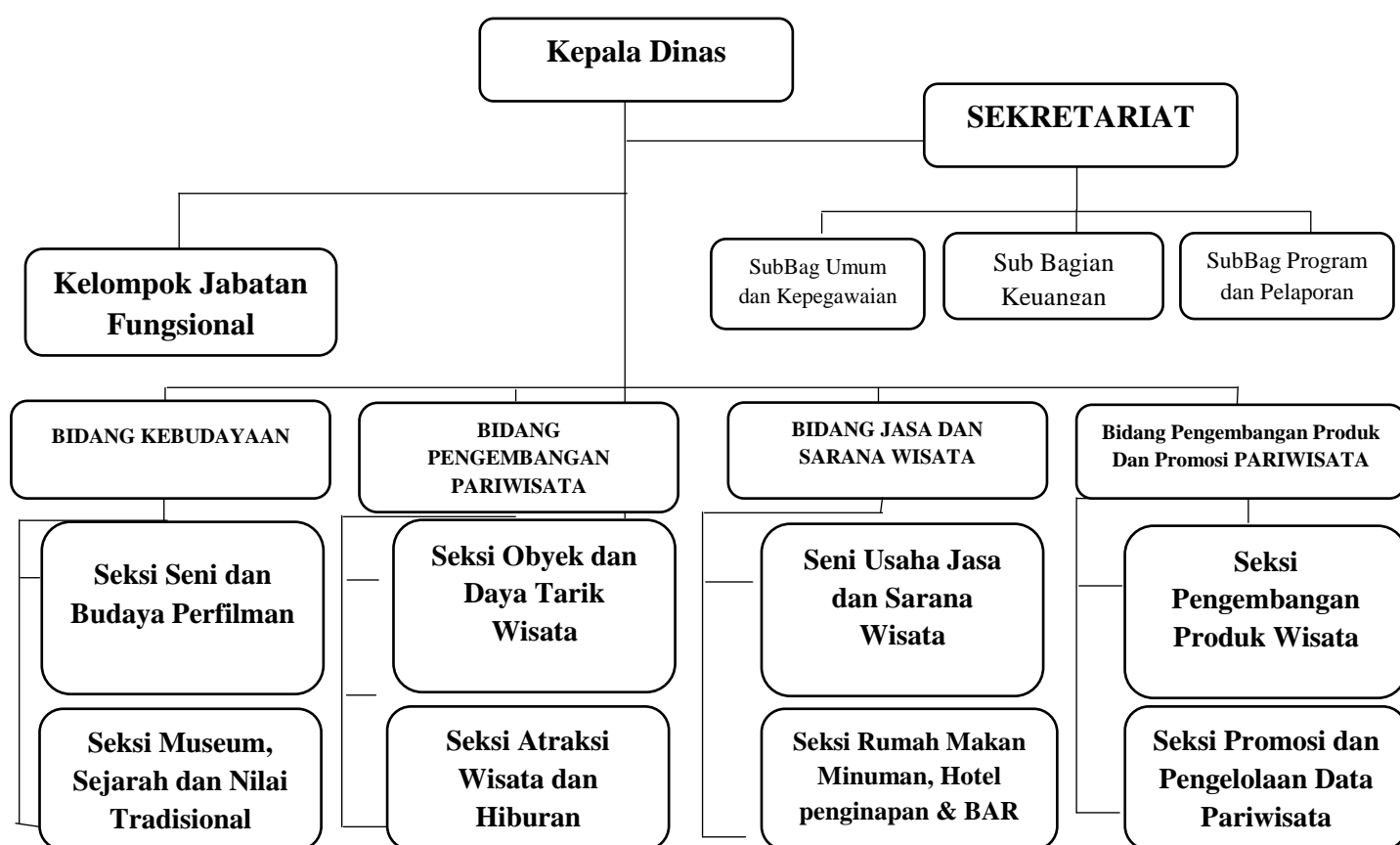
- 6) Pelaksanaan pembinaan seniman daerah.
- 7) Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas dibidang seni dan budaya.
- 8) Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh kepala bidang kebudayaan.

Hal diatas merupakan fungsi dari seksi seni dan budaya, selanjutnya fungsi seksi museum, sejarah da nilai-nilai tradisional sebagai berikut:

- 1) Penggalian dan pendataan sejarah tradisional, museum dan peninggalan purbakala.
- 2) Pelaksanaan pembinaan dan upaya untuk pelestarian dan pemeliharaan sejarah tradisional, museum dan peninggalan purbakala.
- 3) Pelaksanaan dan pengevaluasian pemanfaatan subsidi atau bantuan dalam rangka pengelolaan dan pelestarian sejarah tradisional, museum, dan peninggalan sejarah.
- 4) Penyiapan bahan koordinasi lintas sektor untuk penanganan dan pelestarian sejarah nilai tradisional, museum dan peninggalan purbakala.
- 5) Pelaksanaan sosialisasi dan peningkatan pemahaman sejarah daerah.
- 6) Pelaksaan evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas di bidang museum, sejarah dan nilai tradisional.
- 7) Pelakasanaan tugas lain yang diberikan oleh kepala bidang kebudayaan.

4. Kelembagaan

Dinas kebudayaan dan pariwisata dipimpin oleh seorang kepala dinas. Tugas kepala dinas yaitu memimpin, mengkoordinasikan, melaksanakan, mengawasi dan mengendalikan serta memberikan pembinaan administrasi di bidang kebudayaan dan pariwisata. Di bawah kepala dinas ada sekretaris yang bertanggungjawab kepada kepala dinas. Selanjutnya ada kepala bidang yang bertanggungjawab pula kepada kepala dinas. Berikut susunan Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo :



Gambar 4 Stuktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo

3. Gambaran Umum Kesenian Reyog

a. Cerita Reyog versi Kerajaan Bantarangin

Kisah adanya reyog berawal dari seorang raja yang bernama Prabu Klono Sewandono dari kerajaan Bantarangin yang menginginkan seorang putri yang bernama Dewi Songgolangit dari Kerajaan Kediri. Namun ketika sang Prabu melamar Dewi Songgolangit, ia mengajukan persyaratan yang harus dipenuhi jika sang Prabu menginginkannya untuk dijadikan permaisuri. Dewi Songgolangit meminta sang Prabu untuk memboyong seluruh isi hutan ke istana sebagai mas kawin. Untuk memenuhi keinginan Dewi Songgolangit sang Prabu harus mampu mengalahkan Singo Barong yang merupakan penguasa hutan. Namun hal tersebut tidaklah mudah, pasukan warok dan seorang patih yang bernama Pujangga Anom yang dibawa oleh sang Prabu tidak mampu mengalahkan Singo Barong. Akhirnya sang Prabu sendiri yang mampu mengalahkan Singo Barong.

Kemudian diboyonglah singo barong dan lainnya menuju Kediri. Sesampainya di kerajaan Kediri, Dewi Songgolangit pun terkejut sang Prabu mampu memenuhi permintaannya, persyaratan yang ia ajukan sebenarnya hanya untuk menolak sang Prabu secara halus karena Dewi Songgolangit tidak berkenan untuk menjadi permaisuri dari Prabu Klono Sewandono. Mengetahui hal tersebut, sang Prabu marah dan terjadilah pertempuran diantara pasukan Kediri dan Bantarangin. Pada pertempuran tersebut Prabu Klono Sewandono mengalami kekalahan, wajahnya sangat rusak. Ditengah rintihan kekalahannya sang Prabu meminta bantuan kepada adiknya yaitu Klono Wijoyo. Akhirnya pasukan Kediri

mampu dikalahkan oleh Klono Wijoyo. Dewi Songgolangit pun melarikan diri ke sebuah gua dan setelah beberapa hari menghilang sang Dewi Songgolangit ditemukan telah menjadi sebuah batu besar. Pesan moral yang dapat diambil dari cerita ini adalah keteguhan hati dan kegigihan seseorang untuk memenuhi apa yang diinginkan meskipun keinginan tersebut belum tentu ia dapatkan.

b. Cerita Kesenian Reyog yang Sampai Sekarang

Kesenian reyog merupakan kesenian yang berisi tarian yang diperagakan oleh beberapa orang. Seni reog dimulai dari tarian warok yang diperagakan beberapa pria gagah yang memakai pakaian serba hitam dengan muka merah yang garang. Kemudian dilanjutkan dengan pasukan berkuda putih kembar yang ditunggangi oleh pria namun seiring perkembangan jaman sekarang ini diganti oleh pasukan wanita cantik. Berikutnya tarian bujang ganong yang diperankan oleh satu atau orang anak atau remaja laki-laki yang lincah, setelah itu ada Klono Sewandhono diperankan oleh seorang pria yang gagah perkasa berwajah merah yang memiliki senjata ampuh yang bernama pecut samandiman, selanjutnya muncullah singobarong yang mana itu digambarkan dengan sebuah topeng besar berkepala harimau dan di atasnya ada burung merak yang biasanya disebut dadak merak. Dadak merak ini hanya bisa dimainkan oleh seseorang yang mempunyai kekuatan fisik yang kuat dan sudah terlatih.

c. Pemain dan Karakter dalam Kesenian Reyog

Para pemain dari kesenian reyog biasanya berjumlah sekitar 25-35 yang dibagi menjadi beberapa kelompok untuk berperan dalam masing-masing bagian tarian. Ada 3 kelompok tarian dalam reyog yaitu :

- a) Penari kuda kepang (jathilan) dan warok, dalam pementasannya tari jathilan ini diperankan oleh para gadis cantik berjumlah 4 (empat) orang atau lebih.
- b) Penari barongan (topeng berkepala singa dengan burung merak diatasnya) biasa disebut dadak merak, dalam pementasannya diperankan oleh 1 (satu) orang.
- c) Penari topeng (Bujang ganong dan Klono Sewandhono), dalam pementasannya oleh 1 atau 2 orang lebih.

Berikut ini deskripsi dari penari-penari dalam kesenian reyog sebagai berikut:

1) Warok Suromenggolo

Pementasan seni reyog diawali dengan tampilnya warok suromenggolo, sosok warok dalam tarian ini menggambarkan sebagai pengawal dari Prabu Klono Sewandhono (warok muda) dan sesepuhan guru (warok tua). Warok muda digambarkan sedang berlatih mengolah ilmu kanuragan. Sosok warok ini digambarkan memiliki perawakan berbadan kekar dengan bulu dada dan jambang yang lebat serta muka garang dengan tatapan mata yang tajam. Sedangkan warok tua digambarkan memiliki perawakan berbadan kurus, berjenggot putih yang panjang, dan berjalan dengan menggunakan bantuan tongkat.

2) Jathilan

Jathilan ini diperankan oleh beberapa orang gadis cantik yang menunggangi kuda putih kembar yang terbuat dari anyaman bambu.

3) Bujang Ganong atau Pujangga Anom

Bujang ganong ini merupakan penggambaran dari path muda dari Prabu Klono Sewandhono yang cerdas, lincah, jenaka dan tentunya sakti. Sosok ini digambarkan dengan topeng yang berwajah merah, berhidung panjang, mata melotot, mulut terbuka dengan gigi besar tanpa taring, dan rambut panjang lebat yang menutupi pelipis kanan dan kiri.

4) Klono Sewandhono

Klono Sewandhono merupakan sosok seorang raja yang berasal dari kerajaan Bantarangin, yang biasanya diperankan oleh seorang pria yang gagah. Sosok ini digambarkan dengan topeng bermahkota yang berwajah merah, mata melotot serta kumis tipis dan rambut hitam ikal yang panjang menutupi pelipis kanan dan kiri.

5) Singo barong

Singo barong merupakan tokoh utama dalam pegelaran kesenian reyog, sosok ini digambarkan dengan sebuah topeng raksasa yang berkepala singa dengan merak di atasnya yang dipasang bulunya menyerupai kipas. Topeng singo barong biasanya dibawa oleh seorang yang sudah ahli dan terlatih serta mempunyai ketrampilan khusus.

d. Alat Musik dalam Kesenian Reyog

Penyelenggaraan kesenian reyog membutuhkan beberapa buah alat musik tradisional atau yang biasanya disebut dengan gamelan, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Kempul : alat musik ini terbuat dari kuningan, perunggu atau besi dan cara memainkannya dengan cara dipukul

- 2) Kenong : alat ini musik ini terbuat dari perunggu, 1 set kenong terdiri dari 10 buah, cara memainkannya dengan cara dipukul.
- 3) Bonang : alat musik ini terbuat dari perunggu dan dimainkan dengan cara dipukul.
- 4) Kethuk kempyang : alat musik ini terbuat dari perunggu dan dimainkan dengan cara dipukul
- 5) Gender : alat musik ini bisa dibuat dari kuningan, perunggu atau besi yang cara memainkannya dengan dipukul,
- 6) Gong : alat musik ini terbuat dari kuningan atau perunggu dengan ukuran yang lebih besar dan cara memainkannya dengan pemukul yang besar
- 7) Gambang : alat musik ini terbuat dari tanduk yang terdiri dari 19 atau 20 kayu untuk tingkatan nada. Cara memainkannya dengan dipukul menggunakan 2 buah pemukul yang berukuran 35 cm yang terbuat dari kayu yang dibalut dengan kain.
- 8) Kendang : alat musik ini berbentuk menyerupai tabung, terbuat dari kayu dan di kedua sisinya ditutup dengan membran kulit hewan dimana sisi tersebut yang menghasilkan suara musik dengan cara di tepuk dengan telapak tangan.
- 9) Angklung : alat musik ini terbuat dari bambu yang sudah dibentuk sedemikian rupa, cara memainkan alat ini dengan diangkat dengan tangan dan digoyang sehingga menghasilkan suara yang merdu.

10) Terompet : alat musik ini terbuat dari kayu, yang cara memainkannya dengan cara ditiup.

Selain alat musik tradisional atau gamelan diatas yang membuat kesenian reyog menjadi lebih menarik dengan adanya senggak. Senggak merupakan suara dari beberapa orang yang terlibat dalam pementasan reyog, mereka berbicara atau mungkin bernyanyi untuk menambah bagus pementasan kesenian reyog. Namun tidak hanya itu, ciri khas dari pementasan Reyog Ponorogo adalah dari terompetnya. Terompet ini memiliki suara khas yang hanya ada dalam pementasan kesenian Reyog Ponorogo.

B. Penyajian Data

1. Pengembangan Pariwisata Melalui Pelestarian Kesenian Reyog Ponorogo dalam Mewujudkan *City Branding*

Kabupaten Ponorogo terkenal dengan sebutan Ponorogo Kota Reyog. Reyog merupakan salah satu kesenian tradisional dari beberapa kesenian yang ada di Kabupaten Ponorogo. Selain reyog, kesenian yang ada disana diantaranya ada seni gajah-gajahan, campursari, sholawatan gembrung dan lainnya. Namun yang paling terkenal adalah kesenian reyog bahkan kesenian reyog sudah terkenal di luar kota Ponorogo bahkan dunia Internasional. Kesenian Reyog Ponorogo yang unik merupakan kesenian asli daerah yang menjadi daya tarik kunjungan wisata serta pesona keindahan dari Kabupaten Ponorogo. Kesenian Reyog sudah menjadi kesenian rakyat untuk masyarakat disana. Sebagai mana pernyataan dari Bapak

Bambang selaku Ketua bidang kebudayaan pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, bahwa:

“Reyog merupakan kesenian tradisional yang lahir dan sudah ada sejak dahulu, kesenian reyog merupakan kesenian asli yang berasal dari Kabupaten Ponorogo. Kesenian ini wajib untuk dilestarikan dan dikenalkan kepada seluruh lapisan masyarakat khususnya masyarakat Ponorogo dan generasi muda. Untuk mewujudkan hal tersebut dibentuk Yayasan Reyog yang menjadi wadah untuk masyarakat yang mempunyai paguyuban reyog yang ada di Kabupaten Ponorogo”. (Wawancara pada hari Senin, 20 Maret 2017).

Kesenian reyog memang seharusnya tetap dilestarikan karena nama dari kesenian ini sudah menjadi sebutan atau julukan untuk daerah dimana kesenian ini berasal yaitu Kabupaten Ponorogo. Pemerintah Daerah dan aparaturnya serta masyarakat harus bisa bekerjasama untuk menjaga kesenian reyog yang sudah menjadi *brand* dari kota tersebut agar tetap terjaga kelestariaannya. Dalam hal pelestarian, pengenalan serta pembinaan kesenian reyog, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai pelaksana Pemerintahan daerah untuk mengurus urusan yang menjadi wewenangnya yang secara tidak langsung membantu mengurus perihal teknis yang berkaitan dengan kesenian reyog. Tujuannya adalah sebagaimana disampaikan oleh Bapak Bambang selaku ketua bidang kebudayaan pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, bahwasannya :

“Melestarikan, memelihara dan memajukan kesenian reyog Ponorogo sebagai kekayaan budaya daerah dalam menjunjung tinggi kebudayaan nasional. Pengembangan kesenian reyog merupakan sebuah wahana untuk memenuhi tuntutan pembangunan budaya nasional pada era modernisasi tanpa harus meninggalkan ciri khas tradisional yang sakral dengan menata kembali organisasi reyog Ponorogo yang bersumber pada rasa persatuan dan kesatuan pada kalangan seniman, sehingga mampu mengangkat kesenian reyog menjadi salah satu daya tarik objek wisata daerah yang berdampak luas khususnya dapat menambah pendapatan masyarakat.” (Wawancara pada hari Senin, 20 Maret 2017).

Pelestarian kesenian reyog yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah dan Dinas terkait merupakan salah satu upaya untuk mewujudkan dan menjaga sebuah *branding* “Ponorogo Kota Reyog” agar tetap menjadi daya tarik daerah. Adanya *brand* pada sebuah kota atau bisa disebut *City branding* yang intensif dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap kesadaran masyarakat untuk ikut aktif dalam mempromosikan daerahnya kepada kalangan yang lebih luas. Latar belakang terbentuknya sebuah *city branding* pasti mempunyai tujuan untuk menonjolkan sesuatu yang ada di daerah tersebut agar lebih dikenal secara lebih luas. Sebagaimana pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Sapto Djatmiko selaku ketua Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo, bahwa :

“Terbentuknya sebutan “Ponorogo Kota Reyog” berawal dari Bupati Markum Singodimedjo yang membuat motto pada saat beliau memimpin. Beliau membuat slogan PONOROGO BUMI REOG, kata reog tersebut merupakan singkatan dari kata Resik, Endah, Omber, Girang-Gemirang. Slogan tersebut muncul karena Ponorogo memiliki kesenian reyog yang tiada duanya di kota lain, sehingga beliau berpikir untuk membuat slogan kota dari kata reyog. Namun seiring berjalannya waktu dan penyesuaian penulisan yang benar sebutan Ponorogo Bumi Reog menjadi Ponorogo Kota Reog”. (Wawancara pada hari Senin, 20 Maret 2017)

Berdasarkan dari beberapa pernyataan yang disampaikan oleh narasumber, dapat kita tarik kesimpulan terciptanya *city branding* Kabupaten Ponorogo berawal dari kesenian reyog yang asli dari Ponorogo. Kesenian tersebut menjadi salah satu daya tarik dan pesona dari daerah tersebut, sehingga Pemerintah daerah dan masyarakat disana terus berupaya untuk melestarikan reyog sebagai daya tarik kunjungan wisata di Kabupaten Ponorogo.

Pelestarian kesenian reyog untuk mewujudkan terciptanya *city branding* Kabupaten Ponorogo terdapat beberapa kriteria yang ada agar sebuah *brand* tersebut menjadi jati diri dari Kabupaten Ponorogo, yaitu:

1.1 Kriteria Terwujudnya *City Branding*

a. *Attributes*

Attributes merupakan salah satu bagian penting dalam terciptanya sebuah *branding* atau julukan sebuah kota yang menggambarkan karakter, daya tarik, gaya dan personalitas kota itu sendiri. Kabupaten Ponorogo dikenal dengan kota reyog, karena reyog merupakan sebuah kesenian yang asli berasal dari Ponorogo. Munculnya sebutan tersebut berawal dari seorang Bupati bernama Markum Singodimedjo membuat slogan untuk Ponorogo. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Bapak Sapto Djatmiko selaku ketua Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo, bahwa :

“Terbentuknya sebutan “Ponorogo Kota Reyog” berawal dari Bupati Markum Singodimedjo yang membuat motto pada saat beliau memimpin. Beliau membuat slogan PONOROGO BUMI REOG, kata reog tersebut merupakan singkatan dari kata Resik, Endah, Omber, Girang-Gemirang yang berarti Ponorogo diharapkan menjadi Kabupaten/kota yang bersih, indah, terpenuhinya segala sesuatu kebutuhan masyarakatnya, sehingga menjadi senang bahagia dan riang. Slogan tersebut muncul karena Ponorogo memiliki kesenian reyog yang tiada duanya di kota lain, sehingga beliau berpikir untuk membuat slogan kota dari kata reyog. Namun seiring berjalannya waktu dan penyesuaian penulisan yang benar sebutan Ponorogo Bumi Reog menjadi Ponorogo Kota Reyog”. (Wawancara pada hari Senin, 20 Maret 2017)

Kesenian reyog yang hanya ada di Ponorogo ini memiliki karakter dan daya tarik tersendiri sehingga menjadi *brand* untuk Ponorogo, hal ini dijelaskan oleh Bapak Giman selaku ketua salah satu paguyuban reyog yang menyatakan :

“Kesenian reyog memiliki karakter sendiri yang berbeda dengan kesenian lain yang ada di daerah lain. Dalam pertunjukan kesenian reyog ada warok dimana penari tersebut menggunakan pakaian serba hitam dengan wajah merah yang terkesan gagah dan sangar, serta penari jathilan yang dibawakan oleh gadis cantik dengan menggunakan pakaian putih celana hitam dengan menaiki kuda yang terbuat dari anyaman bambu, kemudian bujang ganong yang diperankan oleh pemuda kecil yang lincah dengan menggunakan topeng merah, dengan hidung panjang dan rambut panjang terurai disamping kanan dan kiri, kemudian klono sewandono yang dibawakan oleh pemuda gagah berbadan tinggi besar bertopeng merah dengan mahkota dan membawa pecut yang disebut pecut samandiman, dan yang terakhir ini yang membedakan reyog dari kesenian lain yaitu singo barong dimana itu sebuah topeng besar yang berbentuk kepala singa dengan bulu merak yang dibentuk menyerupai kipas atau yang disebut dadak merak. Berat dadak merak itu mencapai sekitar 60kg dan ini hanya mampu dibawakan oleh seseorang yang sudah terlatih. Karena hal itulah yang menjadikan reyog sebagai daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Ponorogo.”(Wawancara pada hari Senin, 3 April 2017)



Gambar 5 Kesenian reyog dan singo barong yang telah menjadi ikon kabupaten Ponorogo

Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Ponorogo

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Harno selaku seksi objek dan daya tarik wisata pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang menyampaikan sebagai berikut:

“Daya tarik dari kesenian reyog itu adalah dadak merak, yang dinobatkan juga sebagai topeng terbesar di dunia dengan berat mencapai sekitar 60kg dan dimainkan dengan cara digigit pada salah satu bagiannya. Dan bentuknya yang begitu indah membuatnya dijadikan sebagai icon kota.” (Wawancara pada hari Selasa, 21 Maret 2017)

Sejalan pula dengan hal diatas, yang disampaikan oleh saudari Ekky Tusianawati, selaku wisatawan asal Surabaya yang berkunjung ke Ponorogo yakni sebagai berikut:

“Saya tertarik dengan kesenian reyog itu karena adanya dadak merak itu, saya penasaran bagaimana seseorang mampu mengangkat dan memainkannya hanya dengan digigit. Oleh karena itu, saya suka menyaksikan pagelaran reyog yang ada di Ponorogo. Meskipun reyog sering ditampilkan di kota lain oleh grup reyog di kota tersebut, tetapi kesenian reyog yang asli dari Ponorogo itu berbeda dengan yang lain. Serta bentuk dadak merak yang unik itu membuat saya ingin membeli yang ukuran kecil yang ada di toko oleh-oleh untuk saya jadikan hiasan dirumah.” (wawancara pada hari Rabu, 19 April 2017 di Alon-alon Ponorogo)

pengukuhan *city branding* Ponorogo Kota Reog ini memiliki dasar pemikiran yang cukup mendalam dan mempertimbangkan potensi daerah yang ada seperti pada pemaparan diatas. Identitas yang melekat pada Kabupaten Ponorogo saat ini adalah “Ponorogo Kota Reog” dimana kata reog merupakan singkatan dari resik, endah, ombor, girang-gemirang yang berarti Ponorogo diharapkan menjadi sebuah kabupaten atau kota yang bersih dengan segala keindahannya dan tercukupi segala sesuatu kebutuhan masyarakatnya sehingga selalu senang gembira riang. Selain itu identitas daerah yang ingin dijadikan

unggulan oleh pemerintah Kabupaten Ponorogo adalah Ponorogo dikenal dengan kesenian reyog yang asli berasal dari daerah tersebut dan mampu menjadikan reyog sebagai daya tarik kunjungan wisata yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekaligus pendapatan daerah.

b. Messages

Membangun cerita dari sebuah *brand* untuk meyakinkan pelanggan. Cerita sebuah *brand* dibuat sesuai dengan kisah nyata dari sejarah *brand* itu sendiri. Dalam hal ini pemerintah Kabupaten Ponorogo melihat sejarah daerahnya, sehingga memberikan nama dengan *brand* “Kota Reog”. Dalam mengarungi perjalanan sejarahnya, Kabupaten Ponorogo tidak bisa lepas dari kesenian reyog yang lahir dari daerah tersebut.

Sebagaimana diungkapkan oleh Bapak Bambang selaku ketua bidang kebudayaan pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo, bahwa:

“Identitas Ponorogo Kota Reog lahir dari adanya kesenian reyog di Kabupaten Ponorogo. Kesenian asli daerah yang tiada duanya di daerah lain dan sekarang sudah dikenal oleh masyarakat luas sampai kancah internasional. Pagelaran kesenian reyog yang begitu diminati oleh berbagai lapisan masyarakat, sehingga banyak mendatangkan para wisatawan berkunjung pada saat penyelenggaraan event pagelaran kesenian reyog Ponorogo. Dari hal tersebut pemerintah melihat bahwa realita sejarah Kabupaten Ponorogo ini sangat erat hubungannya dengan kesenian reyog, sehingga pemerintah memutuskan daerah Kabupaten Ponorogo dengan sebuah branding Ponorogo Kota Reog”. (Wawancara pada hari Senin, 20 Maret 2017)



Gambar 6 Brand Kabupaten Ponorogo melalui Kesenian Reyog Ponorogo
Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo, 2014

Hal senada seperti penjelasan diatas juga disampaikan oleh saudara Ridho Putro selaku wisatawan berasal dari Jakarta sebagai berikut:

“waktu saya melihat pementasan kesenian reyog di televisi pada sebuah acara dalam pikiran saya langsung terlintas Kabupaten Ponorogo, dan waktu saya ngobrol dengan seseorang saat membahas Ponorogo orang tersebut langsung menyahut “Ponorogo reyog ya?” seperti itu. Menurut saya sih memang ketenaran Kabupaten Ponorogo itu tidak bisa lepas dari kesenian reyog, saya saja datang kesini selain berkunjung kerumah saudara juga untuk menyaksikan pagelaran reyog yang ada disini, apalagi kalau ada event besar seperti saat Festival Nasional Reyog Ponorogo dalam rangkaian acara grebeg suro.” (Wawancara pada hari Rabu, 19 April 2017)

Kabupaten Ponorogo memang tidak bisa terlepas dari kesenian reyog, karena kesenian merupakan salah satu potensi besar yang dimiliki Kabupaten Ponorogo untuk meningkatkan daya tarik kunjungan wisata sehingga dijadikan sebuah *icon* kota.

c. *Differentiation*

Perwujudan *branding* untuk sebuah kota memerlukan sesuatu yang unik dan berbeda dengan kota lain sehingga kota tersebut bisa lebih dikenal dan bisa bersaing dengan kota lain. *Branding* Kabupaten Ponorogo dengan sebutan kota reyog memang tidak terlepas dari kesenian reyog yang bagus, unik, menarik dan kesenian asli yang berasal dari Kabupaten Ponorogo. Keunikan kesenian reyog ini membuat seluruh lapisan masyarakat yang melihatnya akan merasa tertarik untuk menyaksikan pagelaran kesenian reyog tersebut. Kesenian reyog yang membuatnya unik adalah seperti yang telah disampaikan oleh Bapak Giman selaku ketua salah satu paguyuban reyog yang menyatakan :

“Keunikan dan perbedaan kesenian reyog Ponorogo itu dari topeng yang biasa disebut dadak merak, dimana topeng itu berbentuk seperti kipas besar yang dihiasi dengan bulu merak dan topeng kepala harimau yang di atasnya ada kepala burung merak. Dadak merak atau topeng singo barong ini besar dan beratnya mencapai sekitar 60kg dan dimainkan hanya dengan cara megigit pada bagian yang ditentukan.”(Wawancara pada hari Senin, 3 April 2017)

Keunikan kesenian reyog yang memang hanya ada di Kabupaten Ponorogo, sehingga pemerintah memutuskan reyog sebuah *brand* untuk Kabupaten Ponorogo. Reyog sudah menjadi identitas Kabupaten Ponorogo hingga saat ini.

d. *Ambassadorship*

Kriteria terbentuknya *city branding* Kabupaten Ponorogoyang terakhir yaitu *ambassadorship* yang berarti kriteria *brand* tersebut mampu menginspirasi orang untuk datang dan ingin tinggal di tempat tersebut. Pemilihan reyog sebagai identitas Kabupaten Ponorogo diharapkan mampu meningkatkan daya saing kota

dan juga mampu untuk menarik kunjungan wisata. Selain itu, dengan mengangkat reyog sebagai identitas atau *brand* Kabupaten Ponorogo diharapkan juga mampu mendatangkan wisatawan untuk datang dan tertarik untuk tinggal di Kabupaten Ponorogo. Hal seperti ini disampaikan oleh bapak Harno selaku Seksi Objek dan Daya Tarik Wisata pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai berikut:

“Kabupaten Ponorogo memang sudah bisa dipisahkan lagi dari kesenian reyog. Masyarakat di Kabupaten Ponorogo masih sangat kental akan budaya lokal dan masih menjaga tradisi adat budaya yang ada disini. Banyak budaya dan tradisi daerah yang masih dijaga dan dilaksanakan oleh masyarakat seperti, budaya larung sesaji di telaga Ngebel saat malam suro (1 muharram), budaya mengarak gunung tumpeng dan memperebutkannya pada malam suro, dan budaya-budaya adat daerah setempat yang lainnya.” (Wawancara pada hari Selasa, 21 Maret 2017)

Membangun *brand* untuk sebuah kota diharapkan mampu untuk memberikan dan menyampaikan jati diri kota tersebut sekaligus menonjolkan potensi terbesar yang ada di daerah tersebut. Berikut gambar Kesenian Reyog Ponorogo yang menjadi salah satu daya tarik kunjungan wisata dan telah menjadi *branding* dari Kabupaten Ponorogo



Gambar 7 Reyog Ponorogo
Sumber : Data Primer Hasil Dokumentasi Peneliti

1.2 Pengembangan Pariwisata

a. Promosi

Promosi Kegiatan promosi dalam sebuah pengembangan pariwisata merupakan salah satu upaya yang harus dilakukan untuk mewujudkan apa yang diinginkan. Promosi merupakan kegiatan pelaksanaan upaya untuk pemasaran dan memperkenalkan pariwisata yang harus dilakukan secara selaras dan terpadu, baik dalam negeri maupun luar negeri. Promosi sangat bermanfaat untuk pengembangan pariwisata karena dengan adanya promosi, maka suatu destinasi pariwisata dapat lebih dikenal masyarakat luas sehingga akan menimbulkan ketertarikan masyarakat untuk mengadakan perjalanan wisata ke Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang mengadakan promosi tersebut. Selain itu promosi juga dapat memberikan informasi tentang produk wisata yang ada di DTW.

Melihat dari betapa pentingnya kegiatan promosi, Kabupaten Ponorogo melakukan berbagai upaya promosi potensi daerah yakni kesenian reyog sebagai bentuk pelestarian kesenian dan pengembangan pariwisata. Berbagai upaya promosi pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah daerah dan dinas, seperti yang disampaikan oleh Ibu Ismiyanti selaku seksi promosi dan pengelolaan pariwisata pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai berikut,

“Ya kalau promosi yang sudah dilakukan itu melalui penyebaran berita melalui brosur, radio, baliho, koran, sosial media, televisi juga sudah mbak meskipun masih televisi lokal khusus wilayah Jawa Timur, pembangunan gapura perbatasan masuk Kabupaten Ponorogo yang dihiasi dengan patung reyog dan tokohnya, mengadakan pameran ataupun pementasan reyog, ikut berpartisipasi ketika ada event yang diadakan oleh kota lain, pemilihan dan pengiriman Duta Wisata (Kakang-Senduk), penjualan cinderamata berkaitan tentang reyog seperti topeng dadak merak mini, topeng bujang ganong,

jaranan, pecut klono sewandono dan lain-lainnya mbak.”
(Wawancara pada hari Rabu, 22 Maret 2017)

Hal seperti diatas selaras dengan yang disampaikan oleh saudari Ekky Tusianawati, selaku wisatawan asal Surabaya yang berkunjung ke Ponorogo yakni sebagai berikut:

“Saya mengetahui adanya info pariwisata dan penyelenggaraan kesenian reyog disini melalui internet seperti Youtube, Facebook, Instagram dan web. Selain itu saya juga mendapatkan informasi dari teman-teman di kampus yang berasal dari Ponorogo, dan saya pernah melihat ada iklan di salah satu stasiun TV daerah Jawa Timur.”
(wawancara pada hari Rabu, 19 April 2017 di Alon-alon Ponorogo)



Gambar 8 Kegiatan Kirab tingkat Kabupaten sebagai salah satu ajang mempromosikan kesenian reyog bagi para wisatawan

Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo, 2017

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Saudara Ridho Putro selaku wisatawan asal Jakarta yang berkunjung ke Ponorogo yaitu sebagai berikut:

“Saya datang ke Ponorogo untuk melihat acara Festival Nasional Reyog Ponorogo ini, karena saya lihat baliho dan pamvlet yang dipasang di jalan waktu saya hendak pergi ke kota Madiun melewati Ponorogo, dari Instagram dan Facebook, dan dari gapura perbatasan

Ponorogo yang ada reyognya.” (wawancara pada hari Rabu, 19 April 2017 di Alon-alon Ponorogo)

Sebuah bentuk promosi sudah pasti memerlukan media untuk pemasaran produknya, media promosi di Kabupaten Ponorogo dapat diketahui dari pernyataan Ibu Ismiyanti selaku seksi promosi dan pengelolaan pariwisata sebagai berikut:

“Sebuah media untuk melaksanakan promosi ada berbagai macam yaitu, media elektronik (iklan di TV, situs-situs, upload video di Youtube, situs resmi Dinas Pariwisata, dan lain-lain), Media Cetak (memasang iklan di koran, majalah, serta baliho atau pamvlet di pinggir jalan di pusat keramaian).” (Wawancara pada hari Rabu, 22 Maret 2017)

Berdasarkan beberapa pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh pemerintah daerah dan dinas terkait sudah mencakup berbagai cara, mulai dari melalui media massa, sosial media, pengadaan event, dan penjualan pernik khas yang hanya ada disana yang keseluruhnya diharapkan mampu menjadikan reyog sebagai daya tarik dan meningkatkan kunjungan wisata di Kabupaten Ponorogo sehingga secara tidak langsung juga dapat meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat lokal. Berikut beberapa contoh Promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Ponorogo:



Gambar 9 Gapura Perbatasan Kabupaten Ponorogo

Sumber : Data Primer Hasil Dokumentasi Peneliti

Gambar tersebut merupakan gapura perbatasan kota masuk Kabupaten Ponorogo yang dibuat agar wisatawan luar Kota yang melewati atau berkunjung ke Kabupaten Ponorogo mengetahui bahwa Ponorogo terkenal dengan wisata dan kesenian reyog dan dikenal sebagai kota Reyog.



Gambar 10 Gapura Wilayah Kecamatan Kota Ponorogo

Sumber : Data Primer Hasil Dokumentasi Peneliti

Gambar Diatas merupakan gapura lain yang ada di Ponorogo yang sekaligus memberikan informasi dan *mainset* kepada wisatawan bahwa kabupaten Ponorogo terkenal sebagai Kota Reyog. Gapura ini berada di perbatasan wilayah kecamatan yang masuk kecamatan kota Ponorogo.



Gambar 11 Toko Souvenir oleh-oleh khas Ponorogo
Sumber : Data Primer Hasil Dokumentasi Peneliti

Gambar diatas adalah gambar salah satu toko *souvenir* yang menyediakan perlengkapan kesenian reyog yang bisa dijadikan oleh-oleh untuk para wisatawan. Adanya toko ini sekaligus juga bentuk promosi dan memperkenalkan kesenian reyog secara lebih dekat kepada wisatawan.

b. Pengembangan Aksesibilitas

Dalam pengembangan pariwisata, aksesibilitas merupakan salah satu aspek pendukung yang penting, karena menyangkut lintas sektoral, kemudahan dan keefektifan mencapai Daerah Tujuan Wisata (DTW). Aksesibilitas yang baik dapat membuat wisatawan mengunjungi DTW dengan mudah, sehingga akan menarik lebih banyak wisatawan. Apabila wisatawan merasa sulit untuk mengakses atau

menuju DTW, hal tersebut akan mengurangi minat atau ketertarikan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata ke DTW tersebut. Untuk itu diperlukan gerakan untuk melakukan perbaikan masalah aksesibilitas agar wisatawan dapat mencapai DTW dengan nyaman.

Pengembangan Aksesibilitas sangat penting dilakukan untuk terlaksananya pengembangan pariwisata. Untuk mengembangkan pariwisata di Kabupaten Ponorogo pemerintah daerah melakukan perbaikan berbagai sarana dan prasarana yang ada, hal ini dijelaskan oleh bapak Suyatno selaku Kepala bidang jasa dan sarana wisata yang menyatakan bahwa:

“Aksesibilitas dalam pengembangan pariwisata melalui pelestarian kesenian reyog di Kabupaten Ponorogo dilaksanakan dengan cara pemerintah sama dinas memperbaiki fasilitas-fasilitas dan mentertibkan segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata seperti pembangunan paseban dan panggung utama di alon-alon, pembangunan panggung pementasan reyog di daerah Ngebel dan Bantarangin. Dibangunnya panggung tersebut bertujuan untuk menampilkan pementasan reyog agar lebih bagus lagi, di panggung utama alon-alon merupakan panggung tempat diselenggarakan pementasan Festival Reyog. Sedangkan panggung yang ada di Ngebel dan Bantarangin merupakan tempat untuk pementasan reyog untuk grup reyog yang ada di daerah tersebut setiap bulannya”.(wawancara pada hari Rabu 22 Maret 2017).

Hal serupa disampaikan oleh Ibu Srini selaku seksi usaha jasa dan sarana wisata sebagai berikut:

“Panggung pementasan reyog yang ada di Kabupaten Ponorogo memang sudah mengalami perkembangan dengan dibangunnya panggung baru di Ngebel dan Bantarangin yang mirip dengan panggung utama yang ada di Alon-alon Ponorogo. Ngebel dan Bantarangin mengadakan pementasan reyog setiap bulannya disana, pementasan tersebut karena adanya dukungan pemerintah dan inisiatif dari grup reyog agar para wisatawan daerah maupun luar daerah lebih mudah menyaksikan pementasan reyog tanpa harus ke Alon-alon lagi. (wawancara pada hari Kamis, 23 Maret 2017).

Berdasarkan dari pemaparan diatas maka dapat disimpulkan bahwa pemerintah beserta dinas sudah berupaya untuk meningkatkan kualitas aksesibilitas menuju Kabupaten Ponorogo, namun masih mempunyai banyak kekurangan seperti pada kondisi jalan raya. Jalannya masih terkesan sempit dan banyak ditemukan lubang-lubang jalan. Selain itu tambalan pada lubang sering kali tidak rata, kurangnya penerangan jalan sehingga mengganggu kenyamanan perjalanan wisatawan.

c. Pengembangan Objek wisata

Objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Daya tarik wisata harus dirancang dan dibangun/dikelola secara profesional sehingga dapat menarik wisata untuk datang berkunjung. Pembangunan objek wisata harus dirancang dengan bersumber pada potensi daya tarik yang dimiliki objek tersebut. Usaha-usaha pengembangan pariwisata di Indonesia bersifat suatu pengembangan industri pariwisata dan merupakan bagian dari usaha pembangunan serta kesejahteraan masyarakat dan negara. Pemahaman mengenai pengembangan Objek dan Daya Tarik Wisata di Kabupaten Ponorogo tersebut dapat di pahami melalui pernyataan Bapak Harno selaku Seksi Objek dan Daya Tarik Wisata, beliau mengatakan bahwa:

“Daya tarik wisata yang ada di Ponorogo salah satunya yaitu reyog Ponorogo. Pelestarian reyog terus dilakukan pemerintah agar reyog tidak dilupakan begitu saja. Reyog yang menjadi daya tarik Kabupaten Ponorogo dilestarikan dengan cara mengadakan pementasan reyog setiap bulan purmana, festival reyog setiap tahunnya yang terangkum dalam acara grebeg suro dan hari jadi Ponorogo. Selain itu juga pementasan reyog setiap bulannya di Ngebel dan Bantarangin. Selain itu ada juga grup reyog yang ada di desa-desa yang menampilkan kesenian reyog dengan berkeliling yang biasa disebut dengan reyog obyok. Dengan demikian diharapkan

wisatawan dapat mengunjungi objek wisata dengan mudah dan menyenangkan.” (Wawancara pada hari Selasa, 21 Maret 2017).

Beliau juga menambahkan bahwa:

“Peran pemerintah untuk menarik kunjungan wisata terus melakukan perbaikan pada fasilitas serta sarana dan prasarana sekaligus mengajak seluruh lapisan masyarakat untuk tetap melestarikan reyog karena reyog merupakan potensi terbesar daya tarik kunjungan wisata.” (Wawancara pada hari Selasa 21 Maret 2017).

Dari pendapat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan daya tarik objek wisata dilakukan dengan mengembangkan obyek wisata tersebut dan memberikan rekomendasi kepada pihak investor untuk terus mengembangkan atraksi wisatanya.

d. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber Daya Manusia merupakan unsur penting dalam pengembangan pariwisata, untuk itu Sumber Daya Manusia yang terampil dan berkualitas diperlukan untuk memenuhi tujuan pengembangan pariwisata. Dalam hal ini pemerintah dan dinas kebudayaan dan pariwisata diharapkan mampu memberi sosialisasi dan penyuluhan kepada masyarakat, dengan terbinanya masyarakat yang sadar wisata akan berdampak positif terhadap kualitas pelayanan serta kepuasan wisatawan. SDM merupakan salah satu modal dasar pengembangan pariwisata. Sumber daya manusia memiliki peran yang penting, yakni sebagai pelaku penyedia sarana dan prasarana pariwisata itu sendiri, sehingga pengembangan sumber daya manusia akan berpengaruh terhadap proses pengembangan pariwisata.

Pengembangan sumber daya manusia dalam rangka mewujudkan pariwisata yang berkembang melalui pelestarian kesenian reyog dilakukan pemerintah dan dinas terkait dengan cara sebagai yang disampaikan oleh Ibu Yuyun Mujiati selaku Ketua Bidang Pengembangan Pariwisata pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai berikut,

“Melestarikan budaya lokal dalam hal ini kesenian reyog harus dilakukan oleh berbagai pihak, seperti halnya Pemerintah daerah dan aparaturnya, pihak swasta dan masyarakat sekitar agar kesenian reyog mampu bersanding dengan kebudayaan asing. Peran dari Pemerintah Daerah sangatlah penting dalam pelestarian budaya lokal khususnya reyog ini kepada masyarakat. Kemudian setelah SK/peraturan itu terbit, maka seluruh SKPD wajib untuk memakai pakaian khas Reyog Ponorogo. bahkan tak jarang pula pegawai swasta yang ikut memakai pakaian khas reyog pada saat jam kerja.”
(Wawancara pada hari Kamis, 30 Maret 2017)

Berikut ini peneliti juga menampilkan salah satu kegiatan pengembangan SDM bagi para aparatur Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo dalam rangka meningkatkan kapasitasnya didalam melakukan pengelolaan terhadap wisata dan kesenian reyog yang ada di yakni dengan mengadakan Studi banding ke luar daerah yakni ke bandung pada bulan Januari Tahun 2017



Gambar 12 Studi BANDING Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo ke Disbudparpora Kota Bandung Tahun 2017

Sumber : Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo, 2017

Harapan pemerintah dengan dikeluarkannya SK/peraturan tentang penggunaan pakaian khas reyog adalah untuk tetap menjaga adat istiadat budaya Kabupaten Ponorogo dan juga sekaligus memperkenalkan pakaian khas dari reyog Ponorogo. Upaya tersebut sangatlah baik untuk memperdalam jati diri masyarakat Kabupaten Ponorogo khususnya pegawai negeri. Dengan diberlakukannya peraturan tersebut, diharapkan masyarakat Kabupaten Ponorogo juga ikut serta melestarikan reyog meskipun melalui penggunaan pakaian khas reyog saja.

Selain penggunaan pakaian khas reyog, dalam pengembangan sumber daya manusia Pemerintah Daerah juga mengadakan pembinaan, pelatihan dan pendataan untuk masyarakat yang memiliki grup reyog. Hal ini disampaikan oleh Ibu Yuyun selaku Ketua Bidang Pengembangan Pariwisata sebagai berikut

“Pembinaan dan pelatihan rutin diadakan untuk mengecek seberapa siap grup yang akan tampil. selain itu dinas juga memberikan dana bantuan untuk grup reyog yang sudah tercatat di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang mengajukan proposal ke dinas jika mereka membutuhkan bantuan. Terbukti dengan adanya kegiatan tersebut, pada tahun 2013 masih tercatat sekitar 50 grup reyog yang mendaftarkan dirinya ke dinas dan sekarang pada tahun 2017 ini sudah sekitar 340 grup reyog yang mendaftarkan dirinya ke Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo.” (Wawancara pada hari Kamis, 30 Maret 2017)

Berikut data jumlah Grup Reyog yang sudah terdaftar di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo :

Tabel 2 Jumlah Grup Reyog Kabupaten Ponorogo Per Kecamatan

No	Nama Kecamatan	Jumlah Grup Reyog
1	2	3
1	Kecamatan Ponorogo	28
2	Kecamatan Babadan	20
3	Kecamatan Siman	18
4	Kecamatan Jenangan	9
5	Kecamatan Kauman	16
6	Kecamatan Jambon	8
7	Kecamatan Badegan	16
8	Kecamatan Sukorejo	16
9	Kecamatan Sampung	14
10	Kecamatan Balong	16
11	Kecamatan Slahung	30
12	Kecamatan Ngrayun	2
13	Kecamatan Bungkal	26
14	Kecamatan Jetis	21
15	Kecamatan Mlarak	23
16	Kecamatan Sooko	4
17	Kecamatan Sambit	23
18	Kecamatan Ngebel	5
19	Kecamatan Pulung	22
20	Kecamatan Pudak	12

Sumber : Data Renstra Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo Tahun 2016-2021

Berdasarkan data dari Tabel 3 tentang Daftar Grup Reyog Kabupaten Ponorogo, Pemerintah Daerah beserta Dinas Kebudayaan dan pariwisata telah melakukan upaya untuk mengembangkan potensi sumber daya manusia dalam rangka mewujudkan perkembangan pariwisatanya. Dengan diberlakukan penggunaan pakaian khas reyog untuk para SKPD diharapkan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya melestarikan budaya lokal khususnya reyog serta melaksanakan pembinaan dan pelatihan kepada grup reyog juga diharapkan mampu untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia sehingga dapat memberikan kreasi-kreasi baru dan inovasi baru untuk membuat pariwisata lebih menarik di Kabupaten Ponorogo.

e. Kampanye Nasional Sadar Wisata

Kampanye Nasional Sadar Wisata adalah upaya memasyarakatkan Sapta pesona agar menciptakan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengembangan pariwisata. Di Kabupaten Ponorogo sendiri, kampanye tersebut sudah dilaksanakan dengan membentuk POKDARWIS. Hal ini dijelaskan oleh Bapak Harno selaku Seksi Objek dan Daya Tarik Wisata sebagai berikut:

“Kami membentuk kelompok sadar wisata (POKDARWIS) yang telah dilatih dan dibina oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo dalam memasarkan atau mempromosikan semua Daerah Tujuan Wisata (DTW) maupun potensi daerah lainnya agar dikenal oleh wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Peran penting dari masyarakat untuk ikut serta dalam melakukan promosi pariwisata. POKDARWIS memiliki peran penting yaitu untuk mencari potensi yang ada di daerahnya.” (Wawancara pada hari Selasa, 21 Maret 2017)

Berdasarkan dari hasil wawancara tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Pemerintah Kabupaten Ponorogo dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

membentuk Kelompok Sadar Wisata atau yang biasa disebut POKDARWIS. Kelompok tersebut berkewajiban untuk mencari potensi masing-masing daerah baik kecamatan, desa dan lainnya untuk nantinya dikembangkan. Selain potensi tempat wisata, POKDARWIS juga harus mencari potensi pada budaya sehingga budaya tersebut dapat dijadikan daya tarik kunjungan wisata.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan pariwisata melalui pelestarian kesenian reyog Ponorogo dalam mewujudkan *city Branding*.

2.1 Faktor Pendukung

a. Program Pemerintah

Kesenian reyog merupakan kesenian asli Kabupaten Ponorogo dan sudah menjadi kewajiban Pemerintah Daerah dimana halnya ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata beserta masyarakat untuk melestarikan kesenian Reyog Ponorogo. pelestarian kesenian reyog dilakukan dengan cara mengadakan pagelaran reyog setiap bulan purnama yang diikuti oleh seluruh grup reyog yang ada di Kabupaten Ponorogo secara bergantian. Pagelaran reyog mini dimana ini ditampilkan oleh para siswa SD sampai dengan SMP. Pagelaran reyog mini ini merupakan serangkaian acara memperingati hari jadi Kabupaten Ponorogo. Pagelaran Festival Nasional Reyog Ponorogo dimana ini merupakan serangkaian acara yang disebut Grebeg Suro untuk memperingati tahun baru islam 1 Muharram yang diikuti seluruh peserta grup reyog secara nasional, baik grup reyog yang ada di Kabupaten Ponorogo atau luar kota, luar provinsi dan bahkan luar negeri. Selain itu juga diberlakukannya peraturan untuk memakai pakaian khas reyog untuk para

Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) pada saat kerja menjelang peringatan Hari Jadi Kabupaten Ponorogo. hal ini dipertegas oleh Ibu Yuyun Selaku Ketua Bidang Pengembangan Pariwisata sebagai berikut:

“Kegiatan yang dilakukan pemerintah dalam bidang kebudayaan semuanya bertujuan untuk melestarikan dan memperkenalkan kesenian reyog. Kegiatan tersebut diantaranya pagelaran reyog bulan purnama, pagelaran festival reyog mini, pagelaran festival nasional reyog ponorogo dan mewajibkan aparatur daerah untuk memakai pakai khas reyog pada saat menjelang peringatan hari jadi Kabupaten Ponorogo merupakan upaya untuk melestarikan dan mengenalkan kesenian reyog kepada seluruh lapisan masyarakat serta sekaligus agar tercipta regenerasi seniman reyog yang ada di Kabupaten Ponorogo.” (Wawancara pada hari Kamis, 30 Maret 2017)

Selain program kegiatan tersebut, pemerintah Ponorogo juga membuat kebijakan tentang perlindungan burung merak. Kebijakan ini merupakan langkah awal untuk mengantisipasi kelangkaan burung merak. Hal ini dijelaskan oleh Bapak Bambang Selaku Ketua Bidang Kebudayaan pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai berikut:

“Pada tahun 2014 yang lalu pemerintah daerah mengeluarkan SK yang berisi tentang penangkaran burung merak. SK ini terbit karena para pengrajin reyog mengimpor bulu burung merak dari India dan sekarang ini burung merak sudah mulai langka. Oleh karena itu kebijakan itu sangatlah bagus guna melestarikan burung merak dan secara tidak langsung juga melestarikan kesenian reyog yang asli berasal dari Kabupaten Ponorogo ini.” (Wawancara pada hari Senin, 20 Maret 2017)

Terbitnya peraturan tersebut merupakan langkah serius pemerintah Kabupaten Ponorogo dalam hal pelestarian burung merak. karena bulu burung merak merupakan bahan dasar utama pembuatan dadak merak. Jika burung merak langka dan punah, maka secara tidak langsung pengrajin dadak merak juga

kesulitan untuk mendapatkan bulu burung merak. Oleh karena itu pemerintah membuat SK tentang penangkaran burung merak.

b. Partisipasi Grup Reyog

Partisipasi masyarakat khususnya yang memiliki grup reyog merupakan salah satu faktor penentu dalam proses pelestarian kesenian reyog. Program dan kegiatan yang disusun oleh pemerintah tidak akan terlaksana bilamana tidak ada dukungan dari kalangan masyarakat. Adanya dukungan penuh dari grup reyog yang sudah ada dapat dilihat dari perkembangan jumlah grup reyog yang telah mendaftarkan diri ke Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang pada tahun 2013 sebanyak sekitar 50 grup sedangkan pada tahun 2017 ini sudah sebanyak sekitar 340 grup selain dilihat dari segi kuantitas grup reyog yang ada di Kabupaten Ponorogo dukungan atau partisipasi masyarakat dapat dilihat dari terus meningkatnya jumlah peserta yang mengikuti Festival Reyog Mini, Festival Nasional Reyog Ponorogo (FNRP) setiap tahunnya. Menurut Bapak Bambang Selaku Ketua Bidang Kebudayaan sebagai berikut:

“Progam kegiatan yang dilaksanakan oleh pemerintah diantaranya FRM, FNRP, ataupun lainnya dapat terlaksana dengan baik dikarenakan adanya dukungan dan partisipasi dari grup-grup reyog yang berasal dari dalam maupun dari luar Kabupaten Ponorogo. hal ini dapat kita lihat dari peserta yang terus bertambah pada saat pagelaran FNRP. Selain itu, dengan diberlakukannya peraturan memakai pakaian khas reyog untuk para SKPD juga turut serta memberikan dukungan dari masyarakat dalam pelestarian kesenian reyog karena para pegawai swasta juga ikut memakai pakaian khas reyog pada saat kerja dimana itu dilaksanakan menjelang peringatan hari jadi Kabupaten Ponorogo.”(Wawancara pada hari Senin, 20 Maret 2017)



Gambar 13. Peran dan Partisipasi masyarakat dalam melestarikan kesenian Reyog

Sumber : Data Primer Hasil Dokumentasi Peneliti

Dukungan yang maksimal dari masyarakat dan juga swasta dalam pelestarian kesenian reyog diharapkan terus ada dan semakin meningkat agar kesenian reyog mampu bersanding dengan kesenian atau budaya asing sehingga mencapai taraf Internasional.

c. Sarana dan Prasarana

Pengembangan pariwisata melalui pelestarian kesenian reyog membutuhkan sarana dan prasarana pariwisata yang memadai agar tercipta dengan baik. Untuk mendukung program kegiatan pengembangan pariwisata yang dilakukan, pemerintah berusaha menyediakan akses sarana dan prasarana yang baik. Seperti memperbaiki jalan masuk menuju Kabupaten Ponorogo, memperindah dan memperkenalkan tempat wisata, membuat panggung-panggung untuk pegelaran reyog, melengkapi sarana dan prasarana yang belum ada di

tempat wisata, menata kembali kota agar terlihat lebih baik lagi. Hal ini disampaikan oleh Bapak Suyatno Selaku Ketua bidang Jasa dan Sarana Wisata sebagai berikut:

“Pemerintah terus berusaha untuk memperbaiki seluruh fasilitas yang ada di tempat wisata salah satunya jalan. Meskipun sampai sekarang masih banyak kekurangan dan belum dikatakan sempurna, namun pemerintah berusaha mengoptimalkan fungsi-fungsi dari berbagai sarana dan prasarana yang ada” (Wawancara pada hari Rabu, 22 Maret 2017)

Pembangunan sarana dan prasarana pariwisata yang baik dan secara maksimal juga dapat meningkatkan daya tarik kunjungan pariwisata dan kualitas tempat wisata. Karena hal tersebut merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi minat wisatawan yang berkunjung. Jika sarana dan prasarana wisata baik dan memadai maka wisatawan akan merasa nyaman untuk pergi ke Daerah Tujuan Wisata (DTW).

2.2 Faktor Penghambat

Dalam pengembangan pariwisata melalui pelestarian kesenian reyog tidak bisa berjalan dengan mulus. Namun ada faktor yang menjadi penghambat dalam pelaksanaannya. Beberapa faktor yang menjadi hambatan dalam pengembangan pariwisata melalui pelestarian kesenian reyog. Hal tersebut dijelaskan oleh Ibu Yuyun selaku Ketua Bidang Pengembangan Pariwisata pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo sebagai berikut:

“Generasi muda daerah lebih tertarik pada budaya asing yang mereka anggap lebih keren dan modern dari pada budaya lokal seperti kesenian reyog yang terkesan kuno. Tidak sedikit masyarakat lokal yang acuh terhadap kesenian reyog, sehingga negara lain sempat mengklaim kesenian reyog Ponorogo. Selain itu perawatan

khususnya infrastruktur yang kurang maksimal, seperti panggung utama dan paseban yang ada di alon-alon terlihat kotor, kumuh, dan kadang dijadikan tempat tinggal untuk para gelandangan.hala tersebut menyebabkanwisatawan kurang nyaman dan menilai bahwa Alon-alon Ponorogo tempat yang kotor dan kurang rapi dan tertib.” (Wawancara pada hari Kamis, 30 Maret 2017)

Berdasarkan penjelasan diatas banyaknya budaya asing yang masuk di Kabupaten Ponorogodan juga perawatan infrastruktur yang kuang maksimal menjadi faktor penghambat dalam pengembangan pariwisata melalui kesenian reyog.

C. Analisis Data

1. Pengembangan Pariwisata Melalui Pelestarian Kesenian Reyog Ponorogo dalam Mewujudkan *City Branding*

Pengembangan adalah proses, cara, perbuatan menjadikan maju atau pembangunan secara bertahap, teratur dan berkelanjutan, yang menjurus ke sasaran yang dikehendaki. Pengembangan juga dapat dinilai sebagai respon terhadap perubahan yang selalu terjadi dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, di dalam mengupayakan pengembangan, perencanaan yang baik menjadi tindakan mutlak dilakukan. Perencanaan yang baik akan menghasilkan suatu srategi pengembangan yang terintegrasi, sehingga sasaran sesuai dengan yang diharapkan. Pengembangan dalam hal ini mengandung pengertian perbuatan mengembangkan Kesenian Reyog Ponorogo dalam Mewujudkan *City Branding*.

1.1 Kriteria *City Branding*

Membentuk sebuah *City Branding* atau pencitraan kota merupakan salah satu strategi suatu wilayah seperti negara, provinsi, atau kota untuk memiliki kedudukan atau tempat yang kuat dan dapat dikenal secara luas. Secara sederhana, *city branding* dapat didefinisikan sebagai identitas, simbol, logo, atau merek yang melekat pada suatu daerah. *City branding* akan menjadi dasar peluang dalam pengembangan daerah/kota di masa depan. Sebuah kota layaknya sebuah *brand*, harus bersifat fungsional. Fungsionalitas berarti dapat dilihat sebagai sebuah benefit. Sebuah kota harus berfungsi sebagai tujuan untuk pencari kerja, industri, tempat tinggal, transportasi umum, dan atraksi serta rekreasi.

Kabupaten Ponorogo telah melaksanakan *branding* untuk daerahnya dengan memberikan nama “Ponorogo Kota reyog”. Dalam penyelenggarannya Pemerintah Daerah Kabupaten Ponorogo telah berupaya memenuhi kriteria terbentuknya sebuah *city branding* sesuai dengan yang dijelaskan dalam (Suratmi dan Sigit, 2013) sebuah kota dalam membangun *city branding* terdapat kriteria yang harus dipenuhi diantaranya,

- a. *Attributes* (Menggambarkan sebuah karakter, daya tarik, gaya dan personalitas kota)
- b. *Messages* (Menggambarkan sebuah cerita secara pintar, menyenangkan dan mudah atau selalu diingat)
- c. *Differentiation* (Unik dan berbeda dari kota lain)
- d. *Ambassadorship* (Menginspirasi orang untuk datang atau ingin tinggal di kota tersebut)

Berdasarkan hasil penelitian, Pemerintah Daerah dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo dalam membentuk sebuah *city branding* telah memenuhi kriteria, seperti dalam hal kriteria sebagai berikut:

a. *Attributes*

Attributes (Menggambarkan sebuah karakter, daya tarik, dan personalitas kota). Pemerintah bersama Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo membuat *branding* “Ponorogo Kota Reog” karena daerah tersebut merupakan lahirnya kesenian reyog itu sendiri. Pemilihan reyog sebagai sebuah *brand* untuk Kabupaten Ponorogo karena kesenian ini merupakan salah satu potensi besar yang dimiliki oleh Kabupaten Ponorogo. Kesenian reyog Ponorogo berbeda dengan kesenian yang ada di kota lain dimana dalam kesenian reyog tersebut terdapat topeng berbentuk seperti kipas berukuran besar dengan kepala harimau dan burung merak yang sedang memamerkan bulunya yang indah diatas kepala harimau tersebut. Topeng tersebut dikenal dengan sebutan dadak merak atau singo barong. kesenian reyog yang asli berasal dari Ponorogo ini membuat pemerintah untuk menjadikan reyog sebagai identitas untuk daerah tersebut. Pemberian *brand* “Ponorogo Kota Reog” diharapkan Kabupaten Ponorogo menjadi sebuah kota yang bersih, indah, tercukupi kebutuhan seluruhnya masyarakatnya sehingga seluruh masyarakat bahagia dan senang.

Sebenarnya kata Reog tersebut merupakan singkatan dari kata yaitu Resik, Endah, Omber, Girang gemirang yang artinya kota yang Bersih, Indah, tercukupi segala kebutuhan masyarakatnya, sehingga seluruh masyarakat gembira dan senang. Penulisan *city branding* “Ponorogo Kota Reog”, pada kata Reog tersebut

ada perbedaan penulisan antara *branding* tersebut dengan keseniannya. Dimana dalam identitas kota ditulis dengan “Reog” sedangkan dalam keseniannya ditulis “Reyog”, hal ini dikarenakan penyesuaian penulisan kata seiring dengan berjalannya waktu dan pendapat para ahli yang terdahulu dan arti kata yang sebenarnya. Pemberian *city branding* Kabupaten Ponorogo juga diharapkan Ponorogo menjadi kota yang memiliki karakter dan personalitas kota yang tidak ada di kota lain.

b. *Messages*

Messages (Menggambarkan sebuah cerita secara pintar, menyenangkan dan mudah atau selalu diingat). Pemilihan identitas kota “Ponorogo Kota Reog” memang tidak bisa terlepas dari kesenian reyog yang asli berasal dari Kabupaten Ponorogo. Sejarah cerita reyog yang menarik yang menjadi pemerintah daerah memutuskan reyog untuk menjadi identitas kabupaten Ponorogo. Dengan *brand* tersebut kini Ponorogo dikenal dan selalu diingat oleh seluruh lapisan masyarakat baik di dalam maupun di luar kabupaten Ponorogo sebagai kota tempat berasalnya kesenian reyog. Secara tidak langsung ketika seseorang menyebut kabupaten Ponorogo akan terlintas pemikiran kota reyog.

c. *Diferentiation*

Diferentiation (Unik dan berbeda dari kota lain). Kesenian reyog yang unik menarik dan tiada duanya di kota lain memang sangat tepat untuk dijadikan sebuah identitas kota untuk kabupaten Ponorogo. Keunikan kesenian reyog ada

pada topeng dadak merak atau singo barongnya. Keunikan tersebut sudah dikenal oleh seluruh lapisan masyarakat di Ponorogo maupun luar kota lain bahkan sampai ke luar negeri, sehingga reyog dinobatkan sebagai topeng terbesar dan terberat di dunia dan dimainkan hanya dengan digigit pada suatu bagiannya. Keunikan yang ada didalam kesenian reyog yang hanya ada di kabupaten Ponorogo tersebutlah yang membuat pemerintah memutuskan *brand* “Ponorogo Kota Reyog”. Dengan mengangkat kata reyog maka akan menjadikan Ponorogo diingat oleh seluruh masyarakat sebagai kota reyog.

d. *Ambassadorship*

Ambassadorship (Mengisnpirasi orang untuk datang atau tinggal di kota tersebut). Kesenian reyog merupakan kebudayaan lokal asli dari Kabupaten Ponorogo. Keputusan pemerintah mengangkat reyog sebagai *brand* untuk Ponorogo selain dari keunikan reyog yang menjadi potensi daya tarik terbesar kabupaten Ponorogo juga karena masyarakat disana yang masih sangat menjaga adat dan kebudayaan asli daerahnya. Kebiasaan masyarakat yang ada disana membuat Ponorogo menjadi daerah yang kental akan budaya lokal disana. Masyarakat yang masih memegang teguh dan melaksanakan adat dan budaya lokal di Ponorogo, menjadikan Ponorogo mempunyai berbagai acara kebudayaan pada hari-hari tertentu contohnya acara Grebeg Suro, pagelaran reyog bulan purnama, kirab pusaka, larung sesaji dan lainnya. Dengan adanya hal tersebut dapat menarik minat kunjungan wisata dan memberi inspirasi para wisatawan untuk datang dan tinggal di Kabupaten Ponorogo.

1.2 Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah dengan melakukan berbagai upaya sesuai dengan tugas dan fungsinya, diantaranya sebagai berikut:

a. Promosi

Promosi merupakan sebuah kegiatan yang berguna untuk mengenalkan dan memasarkan suatu produk. Begitu juga dengan kegiatan pariwisata juga membutuhkan promosi untuk memperkenalkan dan memasarkan potensi di daerahnya. Seperti yang dinyatakan oleh Suwanto (2004:56-57) kegiatan promosi memiliki manfaat bagi pengembangan pariwisata, dengan adanya promosi maka suatu destinasi pariwisata dapat lebih dikenal masyarakat luas sehingga akan menimbulkan ketertarikan atau keinginan untuk melakukan perjalanan wisata ke tempat tersebut. Selain itu, promosi juga akan menjadi media untuk menginformasikan produk wisata yang ada di DTW. Sesuai dengan pernyataan dari Suwanto tersebut, pemerintah daerah dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo melaksanakan promosi untuk pariwisatanya. Berdasarkan hasil penelitian, kegiatan promosi mampu menarik minat/kunjungan wisatawan ke Kabupaten Ponorogo.

Kegiatan promosi dalam bidang pariwisata dapat dilakukan dengan berbagai cara melalui berbagai media. Seiring dengan perkembangan jaman, perkembangan media promosi juga semakin banyak, beragam, dan mudah. Dalam kegiatan promosi pemerintah daerah atau dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan

Pariwisata Kabupaten Ponorogo. Promosi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo untuk seluruh tempat pariwisata dan budaya serta kesenian yang ada disana. Tetapi, reyog merupakan salah satu daya tarik yang cukup besar untuk potensi wisata di Kabupaten Ponorogo sehingga mendapat perhatian khusus dari wisatawan.

Bentuk yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo beragam, diantaranya adalah:

- 1) Mengadakan Pameran : pameran yang diadakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo berupa foto atau gambar tentang tempat pariwisata, budaya dan kesenian daerah, serta produk wisata (makanan khas, berbagai *souvenir* tentang reyog, dan lain-lain). Dengan diadakannya pameran akan menarik minat pengunjung untuk mendapatkan informasi mengenai produk wisata dan pesona keindahan tempat wisata yang ditawarkan.
- 2) Mengadakan Festival : Pemerintah Daerah dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo sering mengadakan festival diantaranya, festival reyog bulan purnama, festival reyog mini, kirab pusaka, hingga festival nasional reyog ponorogo, dan sebagainya. Berbagai festival tersebut efektif dapat meningkatkan daya Tarik kunjungan wisatawan ke Kabupaten Ponorogo. Wisatawan akan tertarik untuk melihat atraksi-atraksi serta pesona keindahan yang ditampilkan pada saat penyelenggaraan festival tersebut.

- 3) Pembuatan brosur, pamflet, dan majalah : ketiga bentuk promosi tersebut sudah lazim dilakukan dalam rangka mempromosikan pariwisata. Cara ini juga sangat efektif untuk menggambarkan keindahan pariwisata, karena wisatawan akan mendapatkan informasi dan gambaran dengan jelas mengenai tempat wisata.
- 4) Penggunaan Baliho : Pemasangan baliho pada tempat yang strategis dirasa sangat efektif karena akan memberikan gambaran keindahan pariwisata maupun kesenian unggulan sebuah daerah dimana pemasangan baliho tersebut dapat dilakukan di tempat yang mudah untuk dilihat serta dilalui oleh banyak masyarakat dari seluruh daerah.
- 5) Website : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata bersama pemerintah daerah menggunakan internet untuk memperkenalkan tempat wisata dan potensi daerah yang mereka miliki.
- 6) Video : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata membuat video yang berisikan pesona keindahan reyog yang ada di Ponorogo kemudian mengunggahnya di *youtubed* dan website yang telah dibuat agar wisatawan dari luar daerah dapat dengan mudah mengakses dan mengenai potensi dari kabupaten ponorogo.

Promosi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo juga melalui berbagai media seperti halnya sebagai berikut :

- 1) Media Elektronik : bentuk media ini merupakan media yang paling sering digunakan karena selain informasinya mudah diserap, media

elektronik juga dapat dengan mudah disebarkan keseluruh daerah. Bentuk perwujudan media elektronik berupa situs-situs, video di *youtube*, iklan di televisi, dan lainnya.

- 2) Forum/Diskusi/Dialog : Media ini merupakan media yang cukup efektif dalam memberikan informasi serta gambaran pariwisata dan budaya di Kabupaten Ponorogo secara verbal, sehingga mampu menarik semua kalangan yang sedang mengikuti sebuah forum, diskusi maupun dialog.
- 3) Media Cetak : memperkenalkan potensi pariwisata suatu daerah dengan menggunakan media cetak merupakan media yang juga cukup efektif. Dengan memasang berita maupun iklan di surat kabar (koran), majalah, serta baliho-baliho di pinggir jalan yang dipasang pada tempat strategis yang dilewati oleh banyak orang sehingga mampu memberikan daya tarik yang signifikan.

Berbagai upaya promosi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo dapat dinilai berhasil karena mampu meningkatkan daya tarik kunjungan wisata khususnya terhadap kesenian reyog. Sebuah promosi mutlak diperlukan dalam sebuah industri pariwisata agar dapat mengembangkan potensinya secara terus-menerus.

Berdasarkan hasil penelitian, promosi yang paling efektif dilakukan adalah bentuk promosi melalui media internet. Selain mudah dibuat, promosi dengan menggunakan internet mampu dengan mudah diakses oleh masyarakat di berbagai daerah, baik masyarakat lokal maupun internasional. Seiring dengan

perkembangan teknologi promosi melalui internet dapat dengan mudah disebarluaskan melalui website maupun media sosial. Semua bentuk promosi yang melalui berbagai media dapat dikatakan efektif untuk memperkenalkan dan memberikan informasi potensi yang ada di Kabupaten Ponorogo. Bukan tempatnya saja, namun juga mencakup pengenalan produk wisata, sejalan dengan pendapat Suwanto (2004:56) yang mengatakan bahwa promosi juga akan menjadi media yang dapat menginformasikan produk wisata yang ada pada Daerah Tujuan Wisata. Promosi yang dilakukan saat ini berguna untuk memperkenalkan produk wisata, mulai dari makanan khas, *souvenir*, kerajinan tangan, dan lainnya.

Promosi yang dilakukan pada sektor pariwisata berbeda dengan sektor pasar/produk umum. Pitana dan Diarta (2009:155) mengungkapkan bahwa pariwisata memiliki beberapa dimensi yang sangat berbeda dengan dimensi produk umum yang ditemui di pasaran, yakni sebagai berikut:

1) Intangibility

Produk/jasa layanan berarti produk yang ditawarkan tidak berbentuk seperti barang nyata yang bisa ditemui dalam pengertian produk yang bisa dilihat dan dipajang di pasar, toko, atau tempat penjual lainnya. Hal tersebut menyebabkan pariwisata tidak dapat dievaluasi atau didemonstrasikan sebelum dipakai atau dibeli. Oleh karena itu, pemasar produk pariwisata akan menghadapi tantangan yang besar karena tempat dan waktu selalu berubah dan mempengaruhi kualitas produk. Salah satu solusi untuk membantu pemasar pariwisata dengan cara membuat brosur, video, dan berbagai sarana informasi mengenai jenis produk

pariwisata yang ditawarkan guna untuk meningkatkan *tangibility* produk tersebut. Penyediaan *branding* yang jelas dan terkelola dengan baik atas produk pariwisata diperlukan dalam sebuah pemasaran pariwisata.

Berdasarkan dari pernyataan tersebut, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo telah melakukan promosi untuk mengatasi produk pariwisata yang *intangibility*. Kegiatan promosi yang dilakukan tersebut telah membuat dan menyebarkan berbagai brosur, video, dan sarana informasi mengenai jenis produk pariwisata. Brosur dan pamflet menjelaskan mengenai informasi pariwisata yang ada, brosur ataupun pamflet ini dapat ditemukan dengan mudah pada pusat informasi pariwisata, tempat pariwisata atau di pinggir jalan raya. Selain itu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo juga telah membuat video promosi pariwisata, video tersebut akan banyak dijumpai pada laman web, *youtube*, iklan di televisi dan media sosial maupun media elektronik lainnya.

2) *Perishability*

Produk jasa/layanan pariwisata tidak seperti barang pabrik, tidak dapat disimpan untuk dijual di kemudian hari. Hal seperti ini menyebabkan industri pariwisata memiliki resiko yang cukup tinggi. Pemasar dalam industri pariwisata harus mengombinasikan beragam kebijakan harga dan promosi dalam usaha menjual produk dalam masa sepi (*off-season*) dan membuat sinkronisasi yang lebih baik antara penawaran dan permintaan pasar.

Pemasaran pariwisata dalam mengantisipasi sifat produk yang *perishability* ini diperlukan usaha untuk membuat pemasaran produk dan

mengelola permintaan pasar yang *smooth* dengan melakukan bauran pemasaran (*marketing mix*). Sistem reservasi terkomputerisasi diperlukan untuk meramalkan dan menyusun strategi pemasaran jika permintaan ada dibawah rata-rata. promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten ponorogo merupakan hal penting yang perlu dilakukan untuk meningkatkan usaha pengembangan kesenian reyog yang ada di kabupaten ponorogo. Berbagai upaya promosi dilakukan oleh pemerintah kabupaten porogo yakni melalui berbagai media baik online maupun cetak seperti dengan memannfaatkan adanya aplikasi *Line*, *WA*, leaflet, booklet dan penyelenggaraan event-event pentas reyog baik ditingkat daerah maupun ditingkat internasional. Menurut Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata (2002:11-22) dalam buku Standart Bahan Promosi Cetak, Promosi merupakan variabel utama dalam perencanaan strategi pemasaran. Fungsi utama dari promosi adalah untuk merangsang dan mendorong pasar untuk melakukan transaksi/kunjungan wisata. Sehingga bisa dikatakan bahwa efektivitas promosi adalah suatu hasil atau tanda keberhasilan dalam melakukan dorongan kepada pembeli atau wisatawan untuk melakukan transaksi atau berkunjung ke suatu tempat.

Berdasarkan hasil dari penelitian, dalam mengatasi masalah *perishability* pariwisata, pemerintah belum melakukan tindakan yang terlihat. Pemerintah masih menyusun berbagai strategi kebijakan harga, yaitu dengan menstandarisasi harga serta mutu sebuah produk pariwisata. Belum ada strategi khusus untuk meramalkan permintaan pasar atas produk pariwisata.

3) *Inseparability*

Produk jasa/pelayanan seperti pariwisata biasanya merupakan produk yang dibentuk dari berbagai produk pendukung yang terpisah-pisah. Misalnya mulai dari *tour* dan *travel*, *airlines*, hotel, *restaurant*, dan lainnya. Hal yang demikian mengandung resiko sebab tiap produk pendukung digerakkan oleh organisasi yang berbeda dan juga memiliki standar kualitas pelayanan yang berbeda. Solusi untuk mengatasi masalah ini adalah dengan membuat program penjaminan mutu mengingat sifat produk jasa pariwisata menyangkut hubungan interpersonal dimana *performance* karyawan atau penyedia layanan secara langsung berhubungan dan menentukan tingkat kepuasan dan pengalaman konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, solusi yang ditawarkan oleh pemerintah untuk mengatasi *inseparability* pada pariwisata di Kabupaten Ponorogo adalah dengan memberikan standarisasi mutu dan harga pada sebuah produk pariwisata, serta mengembangkan sumber daya manusia baik yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan para wisatawan untuk meningkatkan kepuasan dan pengalaman wisatawan yang berlibur ke Kabupaten Ponorogo.

Apabila ketiga perbedaan dimensi pemasaran produk pasar dan produk pariwisata dijalankan dengan lebih baik, maka promosi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo akan jauh lebih efektif. Oleh karena itu, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo memerlukan strategi untuk meramalkan permintaan wisatawan akan produk pariwisata untuk mengatasi masalah *perishability*. karena pada saat ini masih belum ada strategi dari pihak terkait untuk mengatasi *perishability* yang merupakan salah satu dimensi yang ada pada pariwisata. Berdasarkan analisa

tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi secara keseluruhan yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo dalam mempromosikan pariwisatanya dapat dibilang masih kurang efektif.

b. Pengembangan Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah hal yang sangat penting bagi faktor pendukung pariwisata. Aksesibilitas berhubungan dengan lintas sektoral, kemudahan, serta keefektifan bagi wisatawan dalam menjangkau kawasan wisata. Aksesibilitas yang baik merupakan hal yang sangat dibutuhkan bagi wisatawan, karena aksesibilitas ini berhubungan dengan kenyamanan pengunjung. Hal tersebut sejalan dengan Suwanto (2004:56) yang menyatakan bahwa dengan aksesibilitas yang baik, maka wisatawan dapat mengunjungi Daerah Tujuan Wisata (DTW) dengan mudah, sehingga akan menarik wisatawan lebih banyak. Jika wisatawan merasa sulit mengakses atau menuju DTW, maka hal tersebut akan mengurangi minat atau ketertarikan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata ke DTW tersebut.

Pendit (2002: 33) menjelaskan tentang kepariwisataan sebagai berikut : Kepariwisataan juga dapat memberikan dorongan langsung terhadap kemajuan-kemajuan pembangunan atau perbaikan pelabuhan-pelabuhan (laut atau udara), jalan-jalan raya, pengangkutan setempat, program-program kebersihan atau kesehatan, proyek sarana budaya dan kelestarian lingkungan, dan sebagainya, yang kesemuanya dapat memberikan keuntungan dan kesenangan baik bagi wisatawan dalam lingkungan wilayah yang bersangkutan, maupun bagi wisatawan

pengunjung dari luar. Kepariwisata juga dapat memberikan dorongan dan sumbangan terhadap pelaksanaan pembangunan proyek-proyek berbagai sektor bagi negara-negara yang telah berkembang atau maju ekonominya, di mana pada gilirannya industri pariwisata merupakan suatu kenyataan di tengah-tengah industri lainnya.

Seiring dengan pernyataan Suwanto (2004:56), aksesibilitas pada kabupaten ponorogo dalam melestarikan kesenian reyog, pemerintah bersama dinas telah membangun panggung untuk pementasan kesenian reyog agar terlihat lebih bagus dengan penampilan panggung yang baru. Pembangunan fasilitas panggung di Ngebel dan Bantarangin dilaksanakan dengan tujuan agar para wisatawan lebih mudah untuk menyaksikan pementasan reyog tidak hanya di alon-alon saja. Karena disana diadakan pementasan reyog setiap bulannya yang dilaksanakan oleh grup reyog yang ada di wilayah tersebut. Dengan adanya hal tersebut, wisatawan yang ingin menyaksikan pementasan reyog lebih mudah dan tidak merasa bosan dengan tempat dan suasana baru yang berbeda.

c. Pengembangan objek Wisata

Daya tarik wisata menjadi salah satu motivasi kedatangan wisatawan ke Daerah Tujuan Wisata. Menurut Suwanto (2004:142), “Daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu Daerah Tujuan Wisata.” Daya tarik wisata harus dirancang dan dibangun/dikelola secara profesional sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang. Pembangunan objek wisata tersebut harus dirancang dengan

bersumber pada potensi daya tarik yang dimiliki objek tersebut dengan mengacu pada kriteria keberhasilan pengembangan yang meliputi berbagai kelayakan. Seiring dengan pernyataan Suwanto tersebut, daya tarik Kabupaten Ponorogo telah berhasil mendorong wisatawan untuk berkunjung.

Daya tarik yang dimiliki kabupaten Ponorogo adalah kesenian reyog. Pelestarian kesenian reyog sudah dilakukan Pemerintah dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo telah dilakukan dengan berbagai cara, seperti pengadaan pagelaran reyog setiap bulan, pagelaran reyog setiap tahun, dan juga penyediaan panggung pementasan untuk pagelaran reyog. selain itu juga pemerintah juga menyediakan tempat untuk para pedagang kerajinan reyog yang lokasinya dekat dengan DTW, menerbitkan peraturan tentang penangkaran burung merak, dimana bulu burung merak merupakan bahan utama untuk membuat reyog (dadak merak). peraturan tersebut diterbitkan diharapkan mampu untuk menanggulangi populasi burung merak yang sudah mulai langka dan para pengrajin sering impor dari luar negeri.

Berdasarkan hasil penelitian pemerintah telah melakukan berbagai upaya dalam melestarikan kesenian reyog. Berbagai upaya tersebut dilaksanakan dengan tujuan melestarikan kesenian reyog yang sudah menjadi identitas kabupaten ponorogo.

d. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Kondisi masyarakat/Sumber Daya Manusia adalah faktor yang sangat penting dalam pengembangan pariwisata di suatu daerah. Menurut Suwanto (2004:23) masyarakat di sekitar objek wisata perlu mengetahui berbagai jenis dan

kualitas layanan yang dibutuhkan oleh wisatawan. Dalam hal ini pemerintah diharapkan dapat memberikan sosialisasi dan penyuluhan kepada masyarakat, dengan terbinanya masyarakat yang sadar wisata akan berdampak positif terhadap kualitas pelayanan serta kepuasan wisatawan.

Berdasarkan hasil penelitian sesuai dengan pernyataan Suwanto tersebut kondisi masyarakat yang ada di Kabupaten Ponorogo tergolong masyarakat yang madani atau modern, masyarakat disana memiliki kreatifitas untuk memanfaatkan potensi pariwisata yang ada di daerahnya. Hal tersebut terbukti dengan peningkatan jumlah grup reyog yang terdaftar pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo secara signifikan dari tahun 2014 yang hanya ada 50 grup reyog dan pada tahun 2017 sekarang ini sudah 340 grup reyog. Selain itu, para pegawai pemerintahan dan swasta juga turut serta dalam pengembangan pariwisata dengan pelestarian kesenian reyog dengan memakai pakaian khas reyog Ponorogo pada saat mereka bekerja pada hari menjelang Hari Jadi Kabupaten Ponorogo. Dengan begitu, secara tidak langsung memberikan informasi bagi wisatawan yang sedang berkunjung tentang kesenian reyog.

Salah satu poin dasar pengembangan wisata di Indonesia Menurut Hadiwijoyo (2012:20) adalah *human resources development* di berbagai elemen pendukung dalam pengembangan wisata kuliner. Ini menunjukkan bahwa sumber daya manusia yang berkualitas memegang peranan penting dalam pengembangan industri pariwisata terutama ketika pemerintah telah menetapkan kebijakan otonomi daerah. keberhasilan pengembangan sektor pariwisata selain tergantung pada ketersediaan daya tarik wisata, juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan

sumber daya manusia yang mengelolanya. Sumber daya manusia dapat berperan sebagai pelaku pariwisata maupun sebagai pengelola usaha-usaha pariwisata, misalnya sebagai wisatawan, maupun sebagai pengembang dan pengelola industri pariwisata serta pemerintah sebagai penetap dan pengawas kebijakan.

Harus diakui bahwa birokrasi merupakan salah satu *stakeholder* pembangunan pariwisata dan karena itu memiliki peran yang strategis untuk menentukan arah dan sasaran pembangunan pariwisata. Peran ini semakin sentral karena menurut undang-undang nomor 23 tahun 2014 tentang pemerintahan daerah, dalam era otonomi daerah kewenangan di dalam perencanaan, implementasi dan pengelolaan pariwisata diserahkan oleh pemerintah pusat kepada daerah. Implikasinya tentu saja sangat luas, terutama pada kesiapan birokrasi di daerah dalam mengimplementasikan kewenangan tersebut. Implikasi lainnya adalah bahwa keberhasilan pembangunan kepariwisataan nasional pada akhirnya sangat tergantung pada kemampuan birokrasi di daerah untuk mengelola sumberdaya pariwisata.

Berdasarkan hasil penelitian Sumber Daya Manusia di Kabupaten Ponorogo telah memiliki keahlian dan kreatifitas yang diperlukan dalam pengembangan pariwisata dan mampu membantu pemerintah untuk meningkatkan kualitas kunjungan pariwisata di Kabupaten Ponorogo. Selanjutnya, pengembangan Sumber Daya Manusia yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo dilakukan dengan memberikan penyuluhan, pelatihan dan dukungan dari berbagai sisi untuk masyarakat khususnya yang memiliki grup reyog. Selain hal tersebut, juga memberlakukan peraturan memakai

pakaian khas reyog Ponorogo untuk seluruh pegawai pemerintahan pada saat menjelang HUT Kabupaten Ponorogo. Upaya tersebut dilakukan diharapkan agar seluruh lapisan masyarakat mampu turut serta dalam pengembangan pariwisata dengan melestarikan kesenian reyog.

e. Kampanye Nasional Sadar Wisata

Secara sederhana, kelembagaan diartikan sebagai totalitas unsur-unsur dari sistem kepariwisataan yang menjalankan fungsi-fungsi tertentu sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan. Berdasarkan Rencana Strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo Tahun 2016-2021, strategi pengembangan kelembagaan untuk mendukung pengembangan kepariwisataan khususnya kesenian reyog yang ada di Kabupaten Ponorogo yakni dengan :

- 1) Memadukan semua unsur kelembagaan termasuk kelompok wisata kuliner ke dalam satuan yang bersifat holistik,
- 2) Memperkuat kelembagaan lokal yang ada,
- 3) Merintis kelembagaan yang berorientasi ke tingkat provinsi, nasional dan internasional.

Menurut Suwanto (2004:56) Kampanye Nasional Sadar Wisata merupakan upaya masyarakat untuk mempromosikan dan memperkenalkan jati diri dan karakteristik daerah dengan beberapa kelebihannya. Berdasarkan hasil penelitian, Kampanye Nasional Sadar Wisata tersebut telah dilaksanakan di Kabupaten Ponorogo, yaitu dengan pembentukan kelompok sadar wisata (POKDARWIS). Sesuai dengan pernyataan Suwanto, kelompok sadar wisata (POKDARWIS) dibentuk untuk mempromosikan dan memperkenalkan jati diri

dan karakteristik daerah dengan berbagai kelebihanannya. Kelompok sadar wisata (POKDARWIS) tersebut merupakan kelompok yang terdiri dari masyarakat di berbagai desa di Kabupaten Ponorogo.

Arahan pengembangan kelembagaan kepariwisataan Kabupaten ponorogo diarahkan agar memenuhi unsur-unsur pokok kelembagaan dalam pariwisata yang terdiri dari instansi pemerintah (Pemerintah Pusat, Provinsi, Kabupaten, Kecamatan, Desa), masyarakat dan LSM, industri/bisnis, instansi pendidikan, dan media massa. Dimana institusi pemerintah berfungsi sebagai fasilitator untuk menyusun kebijakan dan regulasi pengembangan pariwisata yang akan diisi dengan program-program kegiatan oleh unsur kelembagaan yang lain.

Masyarakat dan LSM berfungsi sebagai aktor yang menyediakan jasa melalui berbagai atraksi wisata. Industri/kalangan pebisnis berfungsi sebagai aktor yang menyelenggarakan aktivitas wisata, *package* (paketan) dan pemasaran produk wisata. Adapun institusi pendidikan dan pelatihan berfungsi sebagai unsur yang menyiapkan sumber daya manusia yang sesuai dengan tuntutan industri pariwisata. Sedangkan media massa berfungsi sebagai promotor sekaligus distributor informasi akan kesenian reyog yang ada khususnya pada masing-masing desa di kabupaten ponorogo.

Kelompok sadar wisata (POKDARWIS) memiliki berbagai peran pada sektor pariwisata di Kabupaten Ponorogo, beberapa peran Kelompok sadar wisata adalah mencari, mengenalkan, serta mempromosikan potensi yang dimiliki daerah sehingga dapat dijadikan potensi pariwisata di Kabupaten Ponorogo. Tidak hanya mencari dan memperkenalkan potensi daerah, Kelompok sadar wisata juga

berperan untuk menjaga dan juga turut memasarkan potensi pariwisata yang telah ada.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan Pariwisata Melalui Pelestarian Kesenian Reyog Ponorogo dalam Mewujudkan *City Branding*

2.1 Faktor pendukung

a. Program Pemerintah

Pemerintah daerah dalam rangka pengembangan pariwisata mempunyai peran dan fungsi untuk memanfaatkan secara optimal potensi yang ada di daerahnya. Fungsi dari pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata sebagai pelaksana sekaligus penanggung jawab terhadap kegiatan pariwisata tersebut. Pemerintah Kabupaten Ponorogo melaksanakan berbagai kegiatan dalam rangka pengembangan pariwisata dengan pelestarian kesenian reyog. Kegiatan tersebut rutin dilaksanakan setiap bulan dan setiap tahunnya. Seperti pagelaran reyog setiap malam bulan purnama, pagelaran Festival Reyog Mini dan pagelaran Festival Nasional Reyog Ponorogo serta penggunaan pakaian khas untuk para pegawai negeri serta membuat peraturan tentang penangkaran burung merak. Seluruh kegiatan tersebut merupakan upaya untuk melestarikan kesenian reyog yang sudah menjadi *brand* Kabupaten Ponorogo. Seiring dengan hal tersebut seperti yang disampaikan oleh (Pendit 1994:56) yang menyatakan bahwa fungsi Pokok Pemerintah Daerah dalam Pariwisata:

- a. Sebagai Pelaksana dan penanggung jawab penuh terhadap segala kegiatan kepariwisataan dan pembangunan kepariwisataan di

daerahnya, serta hal-hal lain yang berkaitan dengan urusan kepariwisataan.

- b. Sebagai pelaksana dan penanggung jawab dari upaya pembangunan sektor kepariwisataan yang ditugaskan oleh pemerintah pusat atau pemerintah daerah tingkat atasnya.

Dalam hal ini pemerintah Kabupaten Ponorogo telah melaksanakan peran dan fungsinya dalam pengembangan pariwisata melalui pelestarian kesenian reyog dengan membuat berbagai program pagelaran reyog setiap bulan dan setiap tahunnya. Selain itu juga memberlakukan peraturan wajib untuk para pegawai pemerintahan untuk mengenakan pakaian khas reyog Ponorogo. Kegiatan tersebut dilaksanakan dengan harapan mampu meningkatkan rasa cinta terhadap kebudayaan lokal dan rasa antusias masyarakat untuk ikut serta dalam melestarikan kesenian reyog. Selain itu, pemerintah juga mengeluarkan peraturan tentang penangkaran burung merak, dimana bulu dari burung merak merupakan bahan utama dalam pembuatan dadak merak. Sehingga dengan kegiatan dan program tersebut secara tidak langsung mampu memudahkan pengrajin reyog untuk mendapatkan bahan utama pembuatan reyog dan juga sekaligus melestarikan kesenian reyog.

b. Partisipasi Grup Reyog

Partisipasi masyarakat khususnya yang memiliki grup reyog merupakan salah satu faktor penting dalam proses pelestarian kesenian reyog. Kegiatan dan program yang telah disusun oleh pemerintah tidak akan terlaksana dengan baik tanpa dukungan dari masyarakat. Masyarakat sadar wisata yang akan membawa

dampak positif terhadap kualitas pariwisata. Sejalan dengan yang disampaikan oleh (Suwantoro 2004:93) yang mengatakan “Untuk dapat menciptakan atau membantu Sumber Daya Manusia pariwisata yang berkualitas dan sesuai dengan tuntutan perkembangan kepariwisataan nasional, regional, maupun internasional diperlukan keterlibatan pelaku secara berimbang dan menyeluruh dalam kerangka (*framework*) yang jelas.”

Dalam hal tersebut, pemerintah dan dinas telah mengadakan pembinaan, penyuluhan dan dukungan dari berbagai aspek untuk masyarakat terutama untuk grup reyog. Upaya yang dilakukan pemerintah tersebut dapat dikatakan berhasil terbukti dengan bertambahnya jumlah grup reyog yang telah terdaftar pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Pada tahun 2014 terdaftar sekitar 50 grup reyog namun pada tahun 2017 ini sudah terdaftar sekitar 340 grup reyog. Selain itu, pemerintah juga memberlakukan peraturan untuk memakai pakaian khas reyog Ponorogo untuk para pegawai pemerintahan. Dengan begitu, mereka juga turut serta memberikan dukungan dari masyarakat dalam pelestarian reyog, dan lebih menariknya lagi para pegawai swasta juga turut serta memakai pakaian khas reyog Ponorogo pada saat kerja sesuai dengan peraturan pemerintah dimana itu dilaksanakan saat menjelang Hari Jadi Kabupaten Ponorogo.

c. Sarana dan Prasarana

Sarana dan Prasarana merupakan salah satu hal penting dalam sebuah pengembangan pariwisata. Sarana dan prasarana yang memadai akan dapat meningkatkan daya tarik kunjungan wisata. Seiring dengan yang disampaikan oleh Suwantoro (2014:19) ada lima unsur yang harus diperhatikan dalam

menunjang pengembangan pariwisata yaitu, Objek dan Daya Tarik Wisata, Prasarana Wisata, Sarana Wisata, Tata Laksana dan Infrastruktur, dan yang terakhir masyarakat/lingkungan.

Pada kelima unsur tersebut terdapat sarana dan prasana pariwisata yang menjadi salah satu unsur penting dalam pengembangan pariwisata. Pemerintah bersama Dinas telah melakukan berbagai upaya untuk menyediakan sarana dan prasarana pariwisata yang memadai untuk Daerah Tujuan Wisata. Seperti halnya perbaikan jalan menuju kabupaten Ponorogo, penyediaan panggung untuk pegelaran reyog, tempat penjualan oleh-oleh yang dekat dengan DTW dan lainnya.

Pembangunan sarana dan prasarana pariwisata yang baik dan secara maksimal juga dapat meningkatkan daya tarik kunjungan pariwisata dan kualitas tempat wisata. Karena hal tersebut merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi minat wisatawan yang berkunjung. Jika sarana dan prasarana wisata baik dan memadai maka wisatawan akan merasa nyaman untuk pergi ke Daerah Tujuan Wisata (DTW).

2.2 Faktor Penghambat

Menurut Pendit (1994:56) menyatakan bahwa fungsi pokok peran pemerintah dalam pariwisata adalah sebagai pelaksana dan penanggung jawab penuh terhadap segala kegiatan kepariwisataan dan pembangunan kepariwisataan di daerahnya, serta hal-hal lain yang berkaitan dengan urusan kepariwisataan. Serta Sebagai pelaksana dan penanggung jawab dari upaya pembangunan sektor

kepariwisataan yang ditugaskan oleh pemerintah pusat atau pemerintah daerah di atasnya.

Peran pemerintah dalam pengembangan pariwisata adalah bagaimana pemerintah daerah sanggup menyediakan infrastruktur, memperluas berbagai bentuk fasilitas, melakukan koordinasi antar aparat pemerintah dengan pihak-pihak yang terkait lainnya, pengaturan promosi, serta pembinaan kepada masyarakat. Sejalan dengan yang disampaikan Pendit pemerintah daerah melakukan upaya untuk mengatasi faktor yang menjadi hambatan yaitu banyak budaya asing yang masuk di kabupaten Ponorogo yang membuat generasi muda kurang tertarik pada kesenian reyog dan perawatan infrastruktur yang kurang maksimal.

Berdasarkan hasil penelitian, upaya yang dilakukan pemerintah dalam mengatasi kurang tertariknya generasi muda terhadap kesenian reyog dengan cara memberikan pembinaan kepada grup reyog dan sanggar tari yang ada di Ponrogo, serta mewajibkan kepada seluruh sekolah mulai dari tingkat SD hingga Perguruan Tinggi yang ada di kabupaten Ponorogo untuk memasukkan tarian reyog kedalam jadwal pelajaran di sekolah masing-masing. Dengan adanya kebijakan tersebut, diharapkan pada generasi muda agar lebih mengenal kesenian reyog mulai sejak dini. Karena kesenian reyog merupakan kesenian asli yang berasal dari kabupaten Ponorogo. Namun, untuk perawatan infrastruktur yang kurang maksimal pemerintah belum melaksanakan kegiatan yang berarti karena pembersihan dan perawatan infrastruktur yang ada seperti panggung utama dan paseban hanya dilakukan pada saat akan diadakan acara saja.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pengembangan pariwisata melalui pelestarian reyog sebagai *brand* kabupaten Ponorogo sangat tepat, karena reyog merupakan kesenian asli yang berasal dari Kabupaten Ponorogo. dalam mewujudkan reog sebagai *brand* dari kabupaten ponorogo, seluruh *stakeholders*, baik pemerintah, swasta, serta masyarakat. Pengembangan pariwisata yang telah dilaksanakan dengan berbagai cara diantaranya,

- a) Dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Ponorogo telah melaksanakan kegiatan promosi yang bisa dinilai cukup efektif untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.
- b) Kurang maksimalnya aksesibilitas di Kabupaten Ponorogo seperti halnya banyak jalan menuju Ponorogo yang berlubang, kurangnya penerangan jalan pada malam hari, dan ukuran lebar jalan yang belum memadai.
- c) Pengembangan Objek Wisata di Kabupaten Ponorogo dilakukan dengan pengembangan objek pariwisata yang bervariasi serta memiliki daya saing yang tinggi serta membuat oleh-oleh khas daerah bagi wisatawan yang berkunjung
- d) Pengembangan Sumber Daya Manusia telah dilaksanakan oleh pemerintah bersama Dinas Kebudayaan dan Pariwisata secara baik. Pelatihan dan pembinaan

- e) Kampanye Nasional Sadar Wisata telah dilaksanakan di Ponorogo. masyarakat disana telah membentuk kelompok sadar wisata (POKDARWIS).
2. Faktor pendukung dalam pengembangan wisata melalui pelestarian reyog sebagai *brand* kabupaten Ponorogo yakni didukung oleh program pemerintah seperti dengan penyelenggaraan festival. adanya partisipasi dari grup reyog yang terus meningkat setiap diselenggarakan event yang sudah di progamkan oleh pemerintah, serta sarana dan prasarana sudah tercukupi dengan baik seperti perbaikan jalan menuju Ponorogo, penyediaan toko oleh-oleh dan lainnya. Sedangkan yang menjadi faktor penghambat yaitu para generasi muda yang kurang tertarik akan kesenian reyog. Selain itu juga perawatan infratraktur yang ada seperti panggung utama dan paseban menjadikan tempat tersebut terlihat kotor, kumuh dan kurang terawat.

B. Saran

Adapun saran yang dapat bermanfaat dalam pengembangan pariwisata melalui pelestarian kesenian reyog dalam mewujudkan *City Branding* adalah sebagai berikut :

1. Dalam melakukan pengembangan pariwisata melalui pelestarian kesenian reyog ponorogo demi terwujudnya *city branding*, Pemerintah Kabupaten Ponorogo seharusnya juga melakukan perbaikan sarana-sarana penunjang pariwisata seperti perbaikan kondisi jalan, serta pengadaan fasilitas

penerangan jalan. Selain itu, pengembangan sektor kepariwisataan harus ditunjang dengan perencanaan yang matang dan tertata dengan baik. pemerintah kab.ponorogo harus melakukan penyusunan *Master Plan* Kepariwisata sebagai bagian integral yang memuat tentang pokok dan tujuan pelestarian dan pengembangan kesenian reyog.

2. Pemanfaatan teknologi informasi perlu ditingkatkan untuk mengenalkan dan mempromosikan keunikan dan kekayaan kesenian reyog yang dimiliki oleh kabupaten ponorogo baik kepada masyarakat luas. Selain mengenalkan kepada masyarakat luas, pemanfaatan teknologi informasi juga dapat menarik investor-investor untuk berkontribusi aktif dalam usaha pengembangan dan pembentukan *positioning* dalam *city branding* bagi kabupaten ponorogo dalam memasarkan produk reyog sebagai kekayaan seni asli ponorogo.

DAFTAR PUSTAKA

- Affifuddin. 2010. *Pengantar Administrasi Pembangunan*. Bandung : Alfabeta.
- Batay, Mark. 2008. *Brand Meaning*. NY : Routledge
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Rineka Cipta
- Cresswell, John, W. 2013. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Edisi Ketiga : Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Crombie, B. 2011. *Branding Cities ang Clusters for Economic Development. Journal of Internal Business*. h. 1-20
- Farhana, M. 2012. *Brand Elements Lead to Brand Equity: Differentiate or Die. Informan Management and Business Review*.
- Hadiwijoyo, Suryo Sakti. 2012. *Strategi Perencanaan Pariwisata Pedesaan Berbasis Masyarakat Sebuah Pendekatan dan Konsep*. Graha Ilmu: Yogyakarta
- Intruksi Bupati Nomor 1 Tahun 1994 Tentang Pengembangan dan Peletarian Reyog Ponorogo.
- Investopedia. 2016. *Brand Identity*. Diakses pada tanggal 18 Mei 2017 (<http://www.investopedia.com/video/play/brand-identity/>)
- Karyono, A Hari. 1997. *Kepariwisataaan*. Jakarta : Grasindo.
- Kavartaziz, Mihaliz dan Ashworth. 2006. *Marketing the City of Amsterdam. Cities, Vol. 24 No 1, p 16-25*. Keller , Kevin L. 2003. *Strategic Brand Management : Building, Measuring Managing Equity*. New Sersey : Pretice Hall.
- Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata (2002:11-22) dalam buku *Standart Bahan Promosi Cetak*
- Kotler, Philip dan Pfoertsch. 2006. *B2B Brand Management*. Berlin : Springer.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, edisi 13*. Jakarta : Erlangga
- Kristiadi, J.B. 2008. *Strategi Pembangunan Administrasi dalam Memperkuat Pembangunan Nasional, Majalah Manajemen Pembangunan, Nomor 23/VI/1998*

- Miles, Mathew B., Michael Huberman and Johny Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis*. California : SAGE Publication Inc. Diakses pada tanggal 25 Juni 2016 dari http://www.sagepub.com/updates55585_Chapter_1_Sample_Miles_Qualitative_Data_Analysis_3e_2.pdf
- Moilanen, T., & Rainsto, S. 2009. *How to Brand Nations, Cities, and Destinations: A Planning Book for Place Branding*. New York : Palgrave Macmillan.
- Moleong. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- _____. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Peel, D. dan Lloyd, G. 2008. New Communicative Challenges: Dundee, Place Branding and The Reconstruction of a City Image. *The Town Planning Revie*. H.507-532.
- Pendit, Nyoman S. 1994. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana* Jakarta : Bima Aksara
- _____. 1999. *Ilmu Pariwisata*. Jakarta : Akademi Pariwisata Trisakti
- Pitana, Putu G. Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : Andi.
- _____, I Gede, dan I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : Andi.
- Rozi, Ahmad Fahrur. 2011. *Pengembangan Kapasitas untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik (Studi pada dinas pendidikan Kota Blitar)*. Skripsi. Malang. Universitas Brawijaya.
- Salamah, Umami dan Yananda, M Rahmat dkk, 2014. *Branding Tempat : Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Jakarta : Makna Informasi
- Sahidu, Abdul Karim. 1991. *Makalah : Pariwisata dan Kebudayaan di Indonesia (Dengan Penekanan Kasus Pada Nusa Tenggara Barat)*. Dalam Kongres Kebudayaan 1991 : *Kebudayaan Indonesia dan Dunia (Umat Manusia)*.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Siagian, Sondang P. 1988. *Administrasi Pembangunan*. Jakarta : Massagung.

- Sugiono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- _____. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suratmi dan Santosa, Sigit. 2013. *Strategi Pemerintah Kota Surakarta dalam City Branding Sebagai Kota Budaya*. Jurnal Manajemen Bisnis Syariah. No.2/ Th. VI/ Februari 2013.
- Suryono, Agus. 2004. *Pengantar Teori Pembangunan*. Malang : Universitas Negeri Malang (UMPress).
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar- Dasar Pariwisata*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Spillane, James J. 1987. *Pariwisata Indonesia*. Yogyakarta : Kanisius.
- Tjokroamidjojo, Bintoro. 1989. *Perencanaan Pembangunan*. CV. Haji Masagung, Jakarta
- Undang- Undang Nomor 25 Tahun 2004 Tentang Perencanaan Pembangunan Nasional.
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan
- Walton, G. 2008. Theory, Research, and Practice in Library Management 5: Branding. *Library Management*. h. 770-776.
- Widodo, Hertanto. 2007. *City Branding Untuk Pemda: Perlukah?* (<http://otonomidaerah.blogspot.com/.../>)
- Yoeti, Oka A. 1996. *Pemasaran Pariwisata Terpadu*. Bandung : Angkasa.
- Yoeti, O. A. 2002. *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta : Pt Pradaya Paramita.
- _____. 2008. *Pengantar Ilmu Administrasi*. Bandung : Angkasa.

Internet

- (<http://humasponorogo.com/2012/06/geografi-ponorogo.html>)
- (<https://wikimedia.org/wikipedia/commons/ponorogo-map>)
- (www.ponorogokab.go.id)

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Daftar Pertanyaan Wawancara Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo

1. Program pengembangan apa saja yang dilakukan pemerintah Kabupaten Ponorogo untuk mengembangkan Kesenian Reyog Ponorogo dalam mewujudkan city branding? Dan apa saja hambatan yang dihadapi di lapangan ?
2. Sejauh ini bagaimana tahap pengembangan pariwisata melalui Pelestarian Kesenian Reyog Ponorogo ?
3. Seperti apa kegiatan yang dilakukan dinas didalam mengembangkan SDM Pengelola Kesenian Reyog Ponorogo baik untuk aparatur dinas maupun untuk para kelompok-kelompok grup reyog yang ada di Ponorogo ?
4. Apakah ada dana yang berikan sebagai dana bantuan bagi setiap kelompok grup reyog yang ada di Ponorogo agar lebih berkembang ?
5. Apa saja kegiatan yang difasilitasi oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten ponorogo untuk mengembangkan pariwisata melalui Pelestarian Kesenian Reyog Ponorogo dalam mewujudkan city branding?
6. Faktor-faktor apa yang mendorong terlaksananya pengembangan pariwisata melalui Pelestarian Kesenian Reyog Ponorogo dalam mewujudkan city branding ?
7. Seperti apa saja kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten ponorogo untuk mengembangkan pariwisata melalui Pelestarian Kesenian Reyog Ponorogo dalam mewujudkan city branding ?
8. Apakah ada lembaga-lembaga yang dibentuk oleh dinas didalam mengembangkan pariwisata khususnya pada kesenian reyog yang ada di Kabupaten Ponorogo ?

9. Apa saja program jangka pendek dan jangka panjang yang dibuat oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo untuk mengembangkan pariwisata melalui Pelestarian Kesenian Reyog Ponorogo dalam mewujudkan city branding
10. Harapan kedepan bapak dari adanya kegiatan pengembangan pariwisata melalui Pelestarian Kesenian Reyog Ponorogo dalam mewujudkan city branding seperti apa pak ?

Pertanyaan untuk Pengelola Grup Reyog :

1. Sarana dan prasarana apakah yang telah diberikan pemerintah Kabupaten Ponorogo untuk grup Reyog binaan bapak? Dan bagaimana kondisi dari sarana dan prasarana tersebut hingga kini ?
2. Hingga saat ini apakah bapak dan teman-teman pernah dilibatkan oleh pemerintah daerah dalam hal ini yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo untuk ikut berpartisipasi didalam melestarikan kesenian reyog ?
3. Bantuan serta kegiatan apa saja yang bapak peroleh dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo selama bapak dan teman-teman telah tergabung kedalam grup reyog ?
4. Menurut Bapak, apa saja yang perlu diperbaiki oleh pemerintah daerah agar lebih banyak lagi orang datang dan berkunjung ke kabupaten Ponorogo untuk menyaksikan kesenian reyog di Ponorogo?
5. Menurut Bapak, seberapa besarkah perhatian dari pemerintah daerah terhadap perkembangan kesenian reyog Ponorogo ?
6. Apakah Ibu dan Teman-teman lain yang juga merupakan pengrajin kuliner pernah dilibatkan oleh pemerintah daerah dalam setiap ajang yang bertemakan tentang kuliner ?

7. Hingga sejauh ini, bagaimana minat pengunjung dan dari mana sajakah asal pengunjung yang mampir ke warung milik Ibu ?
8. Seperti apa harapan Ibu tentang Keberadaan Kuliner di Kabupaten Sumenep untuk kedepannya ?

Pertanyaan untuk Masyarakat Umum

1. Bagaimanakah pendapat bapak tentang kesenian tradisional reyog yang ada di Ponorogo ?
2. Mengapa kesenian tradisional reyog yang ada di Ponorogo ini harus tetap diperhatikan oleh pemerintah daerah ?
3. Hingga saat ini apakah Bapak sebagai masyarakat ponorogo pernah diikutsertakan atau dilibatkan oleh pemerintah daerah didalam memberikan masukan agar kesenian reyog dapat dilestarikan hingga kedepannya ?
4. Menurut bapak, apakah hingga sejauh ini pemerintah daerah sudah sangat memperhatikan para kelompok-kelompok seni reyog yang ada di setiap desa ?
5. Menurut Bapak, hal-hal apa saja yang harus diperbaiki atau dibenahi oleh pemerintah daerah yang dalam hal ini adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten ponorogo agar kesenian reyog dapat lebih berkembang dan dikenal oleh para wisatawan ?
6. Menurut bapak, kekurangan seperti apa yang dihadapi oleh pemerintah didalam mengembangkan dan melestarikan kesenian reyog ponorogo ?
7. Bagaimanakah pendapat bapak tentang minat para kaum muda dalam menjaga dan melestarikan kesenian tradisional reyog yang ada di ponorogo ?

LAMPIRAN 2

DATA ORGANISASI KESENIAN REYOG KECAMATAN SE KABUPATEN PONOROGO

Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Ponorogo

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Singo Budoyo	Kel. Beduri	Murjono
2	Margojati Jolosuto	Jl. Puspowarno 30B	Hari Purnomo
3	Sekar Mas	Kel. Bangunsari	Mulyono, ST
4	Singo Hanurogo	Kel. Nologaten	Sumber Subakdo
5	Tumenggung Cokromenggolo	Kel. Cokromenggalan	Misdjan
6	Singo Wijoyo	Kel. Brotonegaran	Marsono
7	UKM PSRM Simo Budi Utomo	UNMUH Ponorogo	Bagus Safah Ishori
8	Singo Broto	Kel. Brotonegaran	Himawan
9	Singo Kumbo	Kel. Keniten	Puthut
10	Singo Mulyo	Kel. Mangkujayan	Susiadi
11	Singo Purbo Kencono	Kel. Purbosuman	Djoko Susilo
12	Suro Menggolo	Kel. Tambakbayan	Suyitno
13	Singo Turonggo Joyo	Jl. Yos Sudarso	Suprpto
14	Ronggoniti	Kel. Keniten	Sukirno
15	Singo Wulung	Kel. Patihan Wetan	Burhanudin
16	Gembong Singo Joyo	Kel. Banyudono	Drs. Suwandi
17	Reyog IPNU	Jl. KH Achmad Dahlan	Moch. Dardiri
18	Singo Manggolo Yudho	Dsn. Krajan	Djaenuri
19	Songgo Budoyo	Kel. Surodikraman	Umar Hartoni
20	Singo Prabu Rogo	Kel. Nologaten	Choirul Anam
21	Simo Purbo Taruno	Kel. Purbosuman	Mukti Achiri
22	Singo Budoyo	Kel. Beduri	Murjono
23	Singo Budoyo	Kel. Jingglong	Suhartono
24	Singo Purbo Taruna	Ds. Purbosuman	Mukti Achiri
25	Singo Ngumboro	Kel. Kepatihan	Untung
26	Singo Arjuna Putro	Jl. Mayjen Sutoyo	Nasib Sudarsono
27	Gembong Sulono	Jl. MT. Haryono	Sugiharto

28	Singo Redro Budoyo	Kel. Kauman	Rendra Tanjung
----	--------------------	-------------	----------------

Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Babadan

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Adipati Kembang Joyo	Ds. Kadipaten	Komarudin
2	Putu Joyo Dipo	Ds. Japan	Sudarto
3	Langit Biru	Ds. Lembah	Agus Budi Susanto
4	Sardulo Budi Mulyo Joyo	Ds. Japan	Ribut Mulyadi
5	Singo Budoyo	Ds. Sukosari	Sukadi
6	Singo Mudo Manggolo Putro	Ds. Gupolo	Sudarmanto
7	Singo Mudo	Ds. Pondok	Sujono
8	Bianglala	Ds. Purwosari	Slamet Hartanto
9	Adipati Kambang Joyo	Ds. Kadipaten	Wiyono
10	Singo Mudho	Ds. Babadan	Edi Sulityo
11	Karya Muda	Ds. Polorejo	Mujtahit
12	Manggolo Yudo	Ds. Lembah	Sudarto
13	Taruno Trisno Budoyo	Ds. Gupolo	Heru Amanto
14	Singo Mirudo	Ds. Purwosari	Misniyanti Priyo Susanto
15	Singo Wareng	Ds. Bareng	Ervan Maulichin
16	Putu Joyo Drono	Ds. Japan	Sofan
17	Singo Patran	Ds. Kertosari	Drs. Suwandi
18	Singo Budoyo	Ds. Japan	Kambali
19	Singo Budoyo	Ds. Trisono	
20	Singo Joyo	Ds. Pondok	

Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Siman

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Guno Seco	Ds. Siman	Joko Bilowo
2	Semo Manunggal	Ds. Beton	Samsuri/Pak Heru
3	Simo Mudo	Ds. Tajug	Misno
4	Singo Dipuro	Ds. Beton	Imam Mujari
5	Singo Mudo	Ds. Brahu	Sugini
6	Demang Singo Hamboro	Ds. Demangan	Imam Safi'i
7	Wahyu Wesi Kuning	Ds. Manuk	Wijaya Roni
8	Guno Seco	Ds. Siman	Joko Bilowo

9	Singo Manggolo Joyo	Ds. Ngabar	Ahmad Khbibulloh
10	Nirmala	Ds. Pijeran	Nanang Setyo Budi
11	Singo Talug	Ds. Siman	Toni
12	Dremojoyo	Ds. Pijeran	Agus Thumun
13	Singo Mudo	Ds. Kepurubuh	Mudjiono
14	Singo Mudo	Ds. Madusari	Roship
15	Singo Mudo	Ds. Brahu	Sugini
16	Singo Kridho Utomo	Ds. Tranjang	
17	Singo Mudo	Ds, Sawuh	
18	Singo Joyo	Ds. Jarak	

Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Jenangan

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Singo Margo Joyo Mudo	Ds. Mrican	Ribut Cristian
2	Singo Budoyo	Ds. Paringan	Sulisno
3	Singo Joyo	Ds. Nglayang	Jaimo
4	Singo Birowo	Ds. Pintu	Imam Basuki
5	Cakra Birawa	Ds. Semanding	Sunaryo
6	Singo Joyo	Ds. Jenangan	Santoso
7	Singo Mudo	Ds. Tanjungsari	Bonandir
8	Singo Bowo	Ds. Singosaren	Gaguk Mariadi
9	Singo Agung	Ds. Paringan	Suwendi

Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Kauman

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Sardulo Mudo	Ds. Bringin	Suryadi
2	Pujonggo Anom	Ds. Kauman	Gatot eko triyono
3	Singo Taruno Joyo	Ds. Kauman	Purwoko
4	Mergogati	Ds. Maron	Slamet
5	Sardulo Suto Budoyo	Ds. Nongkodom	Mulyono
6	Simo Sewandono	Ds. Sumoroto	Seti Pramuj
7	Singo Pringgoloyo	Ds. Semanding	Moch Paidi
8	Simo Bawono	Ds. Semanding	Subakri
9	Suro Menggolo	Ds. Sumoroto	Gatot Eko Triyono
10	Kawulo Bantarangin	Ds. Kauman	Ginangjar Heru Cahyo
11	Singo Kusumo Joyo	Ds. Plosojenar	Suwito
12	Darmo Sampurno	Ds. Ngrandu	Mesmin
13	Joyo Sentono	Ds. Kauman	Andik Riyanto

14	Ki Potro Singo	Ds. Tosanan	
15	Sentono Manunggal	Ds. Gabel	
16	Singo Mudo	Ds. Tegalombo	

Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Jambon

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Singo Mudo	Ds. Bulu lor	Soirin
2	Singo Mudo	Ds. Sidoarjo	Sulyono
3	Haryo Penangsang	Ds. Menang	
4	Singo Manggolo Putro	Ds. Srandil	
5	Cokro Birowo	Ds. Jambon	
6	Singo Budoyo	Ds. Kreet	
7	Satrio Belo yudho	Ds. Jonggol	
8	Singo Mudo	Ds. Bringinan	

Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Badegan

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Singo Wibowo	Ds. Badegan	Setyo Budiono
2	Singo Yudo	Ds. Watu Bonang	Sumarwan, Spd
3	Singo Manunggal	Ds. Dayakan	Wagimun
4	Singo Barong	Ds. Karang	Tukimin
5	Sekar Tanjung	Ds. Tanjung Gunung	Sugito
6	Singo Kurdo	Ds. Tanjung Rejo	Dariman
7	Gembong Jati Wono	Ds. Karang Joho	M. Muryono
8	Singo Mayangsari	Ds. Dayakan	Bibit
9	Aldhoko Budoyo	Ds. Watu Bonang	Sartono
10	Singo Budoyo	Ds. Badegan	Supriyadi
11	Gogor Joyo	Ds. Karang	Budiono
12	Singo Mudo/Singo Dadi	Ds. Watu Bonang	
13	Putra Bantarangin	Ds. Badegan	
14	Singo Ulung	Ds. Karang	
15	Singo Dipo	Ds. Biting	
16	Gembong Wahono	Ds. Karang joho	

Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Sukorejo

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Gembong Singo Joyo	Ds. Gelanglor	Tumiran
2	Singo Makmur	Ds. Prajengan	Kasbiran
3	Panji Singo	Ds. Gelanglor	Sujarno

	MAnggolo		
4	Singo Panunggal	Ds. Gandu Kepuh	Suyono Agus HAndoko
5	Kridho Manggolo	Ds. Gandu Kepuh	Kateni
6	Singo Taruno Mudo	Ds. Prajengan	Kamdi
7	Singo Suko Manunggal	Ds. Sukorejo	Suriyadi
8	Mudo Taruno	Ds. Kedung Banteng	Arif Supraitno
9	Galuh Suryo Putro Onggolono	Ds. Golan	Supriyono
10	Singo Wigati	Ds. Sragi	Parmin
11	Singo Mulang Joyo	Ds. Nambang Rejo	Soimun
12	Singo Bangun Budoyo	Ds. Bangun Rejo	Sutrino
13	Galh Permono	Ds. Serangan	Agus Supriyadi
14	Singo Panunggal	Ds. Gandu Kepuh	Suyono Agus HAndoko
15	Singo Sutowijoyo	Ds. Gandu Kepuh	Sumani
16	Onggojoyo	Ds. Gandu Kepuh	Samuji

Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Sampung

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Singo Wono	Ds. Gelang Kulon	Kirmani
2	Putra Manggolo	Ds. Gelang Kulon	Surono
3	Singo Mudo	Ds. Tulung	Drs. Suwito
4	Gembong Cendono	Ds. Pagerukir	Suminto
5	Singo Joyo	Ds. Kunthi	Sularto
6	Singo Mudo Ireng	Ds. Sampung	Paimun
7	Pancagati	Ds. Carang Rejo	Kateno
8	Gembong Seto	Ds. Pagerukir	Suyoko
9	Wringin Seto	Ds. Carang Rejo	Kusmianto
10	Estu Gati	Ds. Glinggang	Slamet Riyadi
11	Sardulo Seto	Ds. Nglurup	
12	Singo Lodoyo	Ds. Kunthi	
13	Sardulo Gati	Ds. Glinggang	
14	Waringin Seto	Ds. Ringin Putih	

Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Balong

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Sabuk Jari Joyo Kenongo	Ds. Ngraket	Supriyadi
2	Sentol Manggolo	Ds. Ngendut	Damin
3	Muda Jaya	Ds. Dadapan	Haji Tenggoro

4	MulyoJoyo	Ds. Karang patihan	Mujianto
5	Singo Setono	Ds. Sumber Rejo	Kusno
6	Singo Manunggal	Ds. Bajang	Agus Prayitno
7	Cahyo Mudo	Ds. Bulu Kidul	Bambang Santoso
8	Onggojoyo	Ds. Sedarat	Katiyo
9	Langen Singo Makmur	Ds. Tatung	Karniyanto
10	Singo Sorenggono	Ds. Dadapan	Hadi Sutrisno
11	Simo Mulangjoyo	Ds. Karang	Parmono
12	Singo Budoyo	Ds. Singkil	Trimo
13	Singo Manggolo	Ds. Tatung	Sudaryoto
14	Singo Mudo Bramantyo	Ds. Purwogiri	Agung Guntoro
15	Singo Baroto	Ds. Ngampel	
16	Gading Manggolo	Ds. Ngendut	

Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Slahung

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Sindhu Mulyo	Ds. Galak	Gatot Koco
2	Manggolo Loreng	Ds. Slahung	Andik Susilo
3	Simo Lelono	Ds. Janti	Tukimin
4	Cokro Birowo	Ds. Gundik	Suryono
5	P T O	Ds. Slahung	Sarminto
6	Singo Joyo Sentoso	Ds. Jebeng	Gunawan
7	Singo Taruno Joyo	Ds. Ngloning	Arimadi
8	Singo Dhito	Ds. Simo	Tukiran
9	Singo Barong	Ds. Wates	Slahung
10	Singo Manunggal	Ds. Broto	Djasmani
11	Singo Joyo	Ds. Menggare	Iskandar
12	Singo Mudo	Ds. Plancungan	Sarno
13	Singo Joyo	Ds. Mojopitu	Jemiran
14	Sardulo Mudo	Ds. Truning	Misdi
15	Simo Lelono	Ds. Janti	Tukimin
16	Singo Wijoyo	Ds. Crabak	Agus edi Susilo
17	Singo Manggolo	Ds. Broto	Siswandi
18	Singo Barong	Ds. Slahung	Misranto
19	Taruno Joyo	Ds. Duri	Senthot
20	Eko Budoyo	Ds. Wates	Nyamin
21	Singo Taruno Negoro	Ds. SMAN 1 Slahung	Yeni Fery Andrianto
22	Tamoyo Jalu Seto	MT Terpadu Jayanegara	Adimanto
23	Singo Bulu Uluh	MT Terpadu Jayanegara	Adimanto

24	Singo Wijaya	Ds. Galak	Sujiono
25	Sardulo Mudo	Ds. Mojo Pitu	Sukari
26	Tri Singo Budoyo	Ds. Duri	
27	Sawunggaling	Ds. Plancungan	
28	Tanugati	Ds. Truneng	
29	Singo Manggolo	Ds. Ngloning	
30	Ki Bendoroto	Ds. Simo	

Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Ngrayun

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Singo Karyo Mudo	Ds. Cepoko	Hartono
2	Handoyo Mudo	Ds. Mrayan	Suparno

Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Bungkal

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Singo Suryo Manggolo	Ds. Koripan	Paimun
2	Marto Puro	Ds. Bungkal	Sapto Piyono
3	Joyo Klipo	Ds. Bekare	Pairan
4	Singo Manggolo Iro Ndadaru	Ds. Kalisat	Sarkun
5	Mahabharata	Ds. Kupuk	Agus Setiyono
6	SingoJoyo	Ds. Sambilawang	Marmin
7	Satrio Singo Joyo Naruto	Ds. Nambak	Setyo Saputro
8	Cokro Manggolo Seto	Ds. Munggu	Andri Catur Darminto
9	Gedong Manggolo	Ds. SMPN 2 Bungkal	Handoko wijayanto
10	Singo Barong	Ds. Bedi Wetan	Suparni
11	Singo Karsan Duryo	Ds. Bungu	Miswanto
12	Singo Landung	Ds. Bungkal	Guntur Sriyono
13	Aji Singo Joyo	Ds. Koripan	Turut Harianto
14	Singo Ndaru Manunggal	Ds. Kalisat	Joko Nugroho
15	Suro Margo Utomo	Ds. Belang	Misni
16	Pringgo Manggolo	Ds. Pager	Subarno
17	Rekso Budoyo	Ds. Pelem	Tarmun
18	Singo Gebang Joyo	Ds. Padas	J.W. Djumono
19	Singo Manggolo	Ds. Ketonggo	Sugeng Yulianto
20	Gembong Singo	Ds. Sambilawang	Sumono
21	Singo Seto MANunggal	Ds. Banjar	Rasid Purwanadi
22	Dwijo Coyo Winutuk	Ds. Munggu	Nora Tri

			Asmawan/Rijal
23	Singo Loko Joyo	Ds. Kupuk	
24	Singo Taruno	Ds. Kwajon	
25	Singo Sengoro	Ds. Bedi Kulon	
26	Singo Krido MAnggolo	Ds. Bancar	

Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Jetis

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Bimo Manunggal	Ds. Jetis	Pundjul
2	Singo Joyo	Ds. Karanggebang	Basri
3	Singo Margo Tomo	Ds. Turi	Bambang Santoso
4	Simo Ndaru Seto	Ds. Jetis	Ismani
5	Singo Manggolo	Ds. Ngasinan	Wiji
6	Ki Ageng Tunggul	Ds. Coper	Susilo
7	Singo Mulang Joyo	Ds. Karang Gebang	Sunarto
8	Singo Gumelar	Ds. Kutu Kulon	Arsun Effendi
9	Singo Krido Tamaruno	Ds. Kradenan	Anas Fauzi Mustofa
10	Singo Margo Joyo	Ds. Turi	Yudi Hartono
11	Ronggo Besari	Ds. Tegalsari	Moh. Riyono
12	Singo Ndaru	Ds. Josari	Sad Pria Sunu
13	Wismo Singo Ketro	Ds. Wonokerto	Tunggul Wiyono
14	Singo Mojo Mustiko	Ds. Mojorejo	M. Zaenuddin
15	Singo Mojo Joyo	Ds. Mojomati	Sujud Suhajar
16	Singo BUdoyo	Ds. Turi	Tronjol
17	Singo Handoko	Ds. Karang Gebang	
18	Simo Ketro	Ds. Wonokerto	
19	Singo Rogo	Ds. Coper	
20	Singo Mudo Manggolo	Ds. Winong	
21	Suryo Alam	Ds. Kutu Wetan	

Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Mlarak

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Singo Mulang Joyo	Ds. Jabung	Mulyani
2	Singo Welang	Ds. Totokan	Kayat
3	Singo Dipo	Ds. Tugu	Sunaryo
4	Galih Permono	Ds. Serangan	Agus Supriyadi

5	Singo Mulyo	Ds. Nglumpang	Slamet Riyadi
6	Krido Manggolo Putro	Ds. Mlarak	Mohammad Toha
7	Singo Kusumo	Ds. Suren	Sabar
8	Singo Pujo Budoyo	Ds. Candi	Cokro Suwito
9	Singo Mudo	Ds. Bajang	Priyo Buntoro
10	Singo Wulung Kurdo Pelem Bebek	Ds. Serangan	Subolo
11	Sari Mulyo	Ds. Nglumpang	
12	Singo Manggolo Joyo	Ds. Ngabar	
13	Krido Manggolo Mudo	Ds. Mlarak	
14	Singo Klompur	Ds. Temon	Temu
15	Singo LOoyo	Ds. Pangkal	Mujiyo
16	Singo Kubro	Ds. Tempuran	Seni
17	Turonggo Budoyo	Ds. Tumpuk	Wakidi
18	Kyai Ageng Tambayat	Ds. Grogol	Rochmadi
19	Singo Kembeng	Dsn. Senaran Ds. Temon	Siben
20	Sardulo Nareswari	Ds. Sriti	Tri Heni Astuti
21	Singo Joyo Mulyo	Ds. Temon	Sunarto
22	Singo Mulang Joyo	Ds. Tumpak Pelem	Bonadi
23	Joko Taruno	Ds. Ngadirojo	Kateno

Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Sooko

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Praja Mudo Manggolo	Ds. Sooko	Mismun. Spd
2	Singo Ngesti Utomo	Ds. Sooko	Mesni
3	Joko Taruno	Ds. Ngadirojo	
4	Reyog Jaranan Kudo Taruno	Ds. Ngadirojo	

Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Sambit

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Singo Seto	Ds. Pangkal	Yarno
2	Singo Lelono	Ds. Prayungan	Budiono SH
3	Singo Lelono	Ds. Bondrang	Taharudin
4	Singo Mulyo	Ds. Sawoo	Herni Sutarto
5	Suryo Manggolo	Ds. Grogol	Padjar
6	Agung Singo Mulyo	Ds. Tempuran	Kabul
7	Singo Joyo	Ds. Grogol	Bonawan
8	Singo Seto	Ds. Tugurejo	Mularto
9	Singo Joyo	Ds. Grogol	Rosmin

10	Singo Utomo	Ds. Tumpakpelem	Yateni
11	Singo Mulyo	Ds. Temon	Samuji
12	Singo Praja	Ds. Prayungan	Boyani
13	Singo Adi Mulyo	Ds. Kori	Mesijan
14	Singo Klompro	Ds. Temon	Temu
15	Singo Lodoyo	Ds. Pangkal	Mujiyo
16	Singo kobro	Ds. Tempuran	Seni
17	Turonggo Budoyo	Ds. Tumpuk	Wakidi
18	Kyai Ageng Tambayat	Ds. Grogol	Rochmadi
19	Singo Kembeng	Ds. Temon	Siben
20	Sardulo Nareswari	Ds. Sriti	Tri Heni Astuti
21	Singo Joyo Mulyo	Ds. Temon	Sunarto
22	Singo Mulang Joyo	Ds. Tumpakpelem	Bonadi
23	Joko Taruno	Ds. Ngadirojo	Kateno

Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Ngebel

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Singo Gembor	Ds. Sempu	Fikso Rudianto
2	Singo Budoyo	Ds. Ngebel	Widodo
3	Singo Joyo	Ds. Sahang	Sudarto
4	Singo Wilis	Ds. Ngebel	Suwarno
5	Sardulo Seto	Ds. Wagir Lor	

Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Pulung

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Onggo Dipo	Ds. Kesugihan	Harsono
2	Singo Guno	Ds. Pulung	Mulyono
3	Dhono Kliwon	Ds. Patik	Nuryanto
4	Iro Branti	Ds. Munggung	Tri Mas Budi
5	Haryo Kusumo	Ds. Wotan	Basuk Hardi
6	Singo Birowo	Ds. Serag	Tarno
7	Singo Mudo	Ds. Pulung Merdiko	Sulni
8	Kumbang Ali-ali	Ds. Munggung	Harun
9	Singo Bawono	Ds. Pomahan	Yatiran
10	Kukuh Sardulo Seto	Ds. Sidoarjo	Sutarto
11	Suro Mentono	Ds. Bedrug	Eko Purwanto
12	Singo Mudo Manggolo	Ds. Bekiring	Edi Kristianto
13	Ki Panjul Singo Manggolo	Ds. Singgahan	Misno Basuki
14	Singo Broto	Ds. Pomahan	Suyatno

15	Yudo	Ds. Wagir Kidul	Masroen
16	Ludoyo Budoyo	Ds. Banaran	Parlan
17	Simo Budoyo	Ds. Tegalrejo	Sarwono
18	Singo Dono Wilis	Ds. Wagir Kidul	Slamet
19	Ki Surojoyo	Ds. Bekiring	Tulus Cahyono
20	Singo Hajo Kusumo	Ds. Pulung	Setyo Pujo Dwi Siswanto
21	Krido Budoyo	Ds. Patik	Winaryo
22	Singo Mudo	Ds. Pomahan	Parni

Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Pudak

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Singo Kembang Joyo	Ds. Pudak Kulon	Kuslan
2	Singo Joyo	Ds. Pudak Kulon	Haryono
3	Singo maulono	Ds. Krisik	Moch. Zainudin
4	Tumenggung Alap-alap	Ds. Pudak Wetan	Lono
5	Singo Joyo	Ds. Bareng	Jarno
6	Simo Joyo	Ds. Tambang	Sentun
7	Singo Lawe	Ds. Krisik	Kateni
8	Singo Alap-alap	Ds. Pudak Wetan	Suwarni
9	Singo Joyo	Ds. Banjarejo	Nurlan
10	Singo manunggal	Ds. Suru	
11	Singo Tirto Seto	Ds. Klepu	
12	Margo Laksono Mudo	Ds. Sooko	

LAMPIRAN 4

CURRICULUM VITAE

Nama : A. Syaifur Rahman
NIM : 125030107111128
Tempat dan Tanggal Lahir : Sumenep, 07 September 1993
Nomor Hp : 087719931997
Email : asyaifurrahman07@gmail.com
Alamat Asal : Jl. Diponegoro No. 124 Karangduak
Kabupaten Sumenep Madura
Agama : Islam

RIWAYAT PENDIDIKAN

Formal :

- | | | |
|----|--------------------------|--------------------|
| a. | SD Pangarangan I Sumenep | Lulusan Tahun 2006 |
| b. | SMPN I Sumenep | Lulusan Tahun 2009 |
| c. | SMAN 2 Sumenep | Lulusan Tahun 2012 |

PENGALAMAN ORGANISASI

- Program Pengenalan Kehidupan Kampus Baru (PKK MABA) FORMULA BRAWIJAYA Universitas Brawijaya sebagai Koor Humas
- Rangkaian Program Pembinaan Mahasiswa Baru (PROBINMABA) Universitas Brawijaya

Lampiran 1

Tabel Grup Reyog Kabupaten Ponorogo

DATA ORGANISASI KESENIAN REYOG KECAMATAN SE KABUPATEN PONOROGO

Tabel 1 Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Ponorogo

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Singo Budoyo	Kel. Beduri	Murjono
2	Margojati Jolosuto	Jl. Puspowarno 30B	Hari Purnomo
3	Sekar Mas	Kel. Bangunsari	Mulyono, ST
4	Singo Hanurogo	Kel. Nologaten	Sumber Subakdo
5	Tumenggung Cokromenggolo	Kel. Cokromenggalan	Misdjan
6	Singo Wijoyo	Kel. Brotonegaran	Marsono
7	UKM PSRM Simo Budi Utomo	UNMUH Ponorogo	Bagus Safah Ishori
8	Singo Broto	Kel. Brotonegaran	Himawan
9	Singo Kumbo	Kel. Keniten	Puthut
10	Singo Mulyo	Kel. Mangkujayan	Susiadi
11	Singo Purbo Kencono	Kel. Purbosuman	Djoko Susilo
12	Suro Menggolo	Kel. Tambakbayan	Suyitno
13	Singo Turonggo Joyo	Jl. Yos Sudarso	Suprpto
14	Ronggoniti	Kel. Keniten	Sukirno
15	Singo Wulung	Kel. Patihan Wetan	Burhanudin
16	Gembong Singo Joyo	Kel. Banyudono	Drs. Suwandi
17	Reyog IPNU	Jl. KH Achmad Dahlan	Moch. Dardiri
18	Singo Manggolo Yudho	Dsn. Krajan	Djaenuri
19	Songgo Budoyo	Kel. Surodikraman	Umar Hartoni
20	Singo Prabu Rogo	Kel. Nologaten	Choirul Anam
21	Simo Purbo Taruno	Kel. Purbosuman	Mukti Achiri
22	Singo Budoyo	Kel. Beduri	Murjono
23	Singo Budoyo	Kel. Jingglong	Suhartono
24	Singo Purbo Taruna	Ds. Purbosuman	Mukti Achiri
25	Singo Ngumboro	Kel. Kepatihan	Untung
26	Singo Arjuna Putro	Jl. Mayjen Sutoyo	Nasib Sudarsono

27	Gembong Sulono	Jl. MT. Haryono	Sugiharto
28	Singo Redro Budoyo	Kel. Kauman	Rendra Tanjung

Tabel 2 Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Babadan

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Adipati Kembang Joyo	Ds. Kadipaten	Komarudin
2	Putu Joyo Dipo	Ds. Japan	Sudarto
3	Langit Biru	Ds. Lembah	Agus Budi Susanto
4	Sardulo Budi Mulyo Joyo	Ds. Japan	Ribut Mulyadi
5	Singo Budoyo	Ds. Sukosari	Sukadi
6	Singo Mudo Manggolo Putro	Ds. Gupolo	Sudarmanto
7	Singo Mudo	Ds. Pondok	Sujono
8	Bianglala	Ds. Purwosari	Slamet Hartanto
9	Adipati Kambang Joyo	Ds. Kadipaten	Wiyono
10	Singo Mudho	Ds. Babadan	Edi Sulityo
11	Karya Muda	Ds. Polorejo	Mujtahit
12	Manggolo Yudo	Ds. Lembah	Sudarto
13	Taruno Trisno Budoyo	Ds. Gupolo	Heru Amanto
14	Singo Mirudo	Ds. Purwosari	Misniyanti Priyo Susanto
15	Singo Wareng	Ds. Bareng	Ervan Maulichin
16	Putu Joyo Drono	Ds. Japan	Sofan
17	Singo Patran	Ds. Kertosari	Drs. Suwandi
18	Singo Budoyo	Ds. Japan	Kambali
19	Singo Budoyo	Ds. Trisono	
20	Singo Joyo	Ds. Pondok	

Tabel 3 Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Siman

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Guno Seco	Ds. Siman	Joko Bilowo
2	Semo Manunggal	Ds. Beton	Samsuri/Pak Heru
3	Simo Mudo	Ds. Tajug	Misno
4	Singo Dipuro	Ds. Beton	Imam Mujari

5	Singo Mudo	Ds. Brahu	Sugini
6	Demang Singo Hamboro	Ds. Demangan	Imam Safi'i
7	Wahyu Wesi Kuning	Ds. Manuk	Wijaya Roni
8	Guno Seco	Ds. Siman	Joko Bilowo
9	Singo Manggolo Joyo	Ds. Ngabar	Ahmad Khbibulloh
10	Nirmala	Ds. Pijeran	Nanang Setyo Budi
11	Singo Talug	Ds. Siman	Toni
12	Dremojoyo	Ds. Pijeran	Agus Thumun
13	Singo Mudo	Ds. Kepurubuh	Mudjiono
14	Singo Mudo	Ds. Madusari	Roship
15	Singo Mudo	Ds. Brahu	Sugini
16	Singo Kridho Utomo	Ds. Tranjang	
17	Singo Mudo	Ds. Sawuh	
18	Singo Joyo	Ds. Jarak	

Tabel 4 Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Jenangan

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Singo Margo Joyo Mudo	Ds. Mrican	Ribut Cristian
2	Singo Budoyo	Ds. Paringan	Sulisno
3	Singo Joyo	Ds. Nglayang	Jaimo
4	Singo Birowo	Ds. Pintu	Imam Basuki
5	Cakra Birawa	Ds. Semanding	Sunaryo
6	Singo Joyo	Ds. Jenangan	Santoso
7	Singo Mudo	Ds. Tanjungsari	Bonandir
8	Singo Bowo	Ds. Singosaren	Gaguk Mariadi
9	Singo Agung	Ds. Paringan	Suwendi

Tabel 5 Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Kauman

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Sardulo Mudo	Ds. Bringin	Suryadi
2	Pujonggo Anom	Ds. Kauman	Gatot eko triyono
3	Singo Taruno Joyo	Ds. Kauman	Purwoko
4	Mergogati	Ds. Maron	Slamet
5	Sardulo Suto Budoyo	Ds. Nongkodom	Mulyono
6	Simo Sewandono	Ds. Sumoroto	Seti Pramujo

7	Singo Pringgoloyo	Ds. Semanding	Moch Paidi
8	Simo Bawono	Ds. Semanding	Subakri
9	Suro Menggolo	Ds. Sumoroto	Gatot Eko Triyono
10	Kawulo Bantarangin	Ds. Kauman	Ginanjari Heru Cahyo
11	Singo Kusumo Joyo	Ds. Plosojenar	Suwito
12	Darmo Sampurno	Ds. Ngrandu	Mesmin
13	Joyo Sentono	Ds. Kauman	Andik Riyanto
14	Ki Potro Singo	Ds. Tosanan	
15	Sentono Manunggal	Ds. Gabel	
16	Singo Mudo	Ds. Tegalombo	

Tabel 6 Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Jambon

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Singo Mudo	Ds. Bulu lor	Soirin
2	Singo Mudo	Ds. Sidoarjo	Sulyono
3	Haryo Penangsang	Ds. Menang	
4	Singo Manggolo Putro	Ds. Srandil	
5	Cokro Birowo	Ds. Jambon	
6	Singo Budoyo	Ds. Krebet	
7	Satrio Belo yudho	Ds. Jonggol	
8	Singo Mudo	Ds. Bringinan	

Tabel 7 Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Badegan

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Singo Wibowo	Ds. Badegan	Setyo Budiono
2	Singo Yudo	Ds. Watu Bonang	Sumarwan, Spd
3	Singo Manunggal	Ds. Dayakan	Wagimun
4	Singo Barong	Ds. Karangan	Tukimin
5	Sekar Tanjung	Ds. Tanjung Gunung	Sugito
6	Singo Kurdo	Ds. Tanjung Rejo	Dariman
7	Gembong Jati Wono	Ds. Karang Joho	M. Muryono
8	Singo Mayangsari	Ds. Dayakan	Bibit
9	Aldhoko Budoyo	Ds. Watu Bonang	Sartono
10	Singo Budoyo	Ds. Badegan	Supriyadi
11	Gogor Joyo	Ds. Karangan	Budiono
12	Singo Mudo/Singo Dadi	Ds. Watu Bonang	

13	Putra Bantarangin	Ds. Badegan	
14	Singo Ulung	Ds. Karangan	
15	Singo Dipo	Ds. Biting	
16	Gembong Wahono	Ds. Karang joho	

Tabel 8 Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Sukorejo

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Gembong Singo Joyo	Ds. Gelanglor	Tumiran
2	Singo Makmur	Ds. Prajengan	Kasbiran
3	Panji Singo MAnggolo	Ds. Gelanglor	Sujarno
4	Singo Panunggal	Ds. Gandu Kepuh	Suyono Agus HAndoko
5	Kridho Manggolo	Ds. Gandu Kepuh	Kateni
6	Singo Taruno Mudo	Ds. Prajengan	Kamdi
7	Singo Suko Manunggal	Ds. Sukorejo	Suriyadi
8	Mudo Taruno	Ds. Kedung Banteng	Arif Supraitno
9	Galuh Suryo Putro Onggolono	Ds. Golan	Supriyono
10	Singo Wigati	Ds. Sragi	Parmin
11	Singo Mulang Joyo	Ds. Nambang Rejo	Soimun
12	Singo Bangun Budoyo	Ds. Bangun Rejo	Sutrino
13	Galh Permono	Ds. Serangan	Agus Supriyadi
14	Singo Panunggal	Ds. Gandu Kepuh	Suyono Agus HAndoko
15	Singo Sutowijoyo	Ds. Gandu Kepuh	Sumani
16	Onggojoyo	Ds. Gandu Kepuh	Samuji

Tabel 9 Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Sampung

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Singo Wono	Ds. Gelang Kulon	Kirmani
2	Putra Manggolo	Ds. Gelang Kulon	Surono
3	Singo Mudo	Ds. Tulung	Drs. Suwito
4	Gembong Cendono	Ds. Pagerukir	Suminto
5	Singo Joyo	Ds. Kunthi	Sularto
6	Singo Mudo Ireng	Ds. Sampung	Paimun
7	Pancagati	Ds. Carang Rejo	Kateno

8	Gembong Seto	Ds. Pagerukir	Suyoko
9	Wringin Seto	Ds. Carang Rejo	Kusmianto
10	Estu Gati	Ds. Glinggang	Slamet Riyadi
11	Sardulo Seto	Ds. Nglurup	
12	Singo Lodoyo	Ds. Kunthi	
13	Sardulo Gati	Ds. Glinggang	
14	Waringin Seto	Ds. Ringin Putih	

Tabel 10 Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Balong

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Sabuk Jari Joyo Kenongo	Ds. Ngraket	Supriyadi
2	Sentol Manggolo	Ds. Ngendut	Damin
3	Muda Jaya	Ds. Dadapan	Haji Tenggoro
4	MulyoJoyo	Ds. Karang patihan	Mujianto
5	Singo Setono	Ds. Sumber Rejo	Kusno
6	Singo Manunggal	Ds. Bajang	Agus Prayitno
7	Cahyo Mudo	Ds. Bulu Kidul	Bambang Santoso
8	Onggojoyo	Ds. Sedarat	Katiyo
9	Langen Singo Makmur	Ds. Tatung	Karniyanto
10	Singo Sorenggono	Ds. Dadapan	Hadi Sutrisno
11	Simo Mulangjoyo	Ds. Karangan	Parmono
12	Singo Budoyo	Ds. Singkil	Trimo
13	Singo Manggolo	Ds. Tatung	Sudaryoto
14	Singo Mudo Bramantyo	Ds. Purwogiri	Agung Guntoro
15	Singo Baroto	Ds. Ngampel	
16	Gading Manggolo	Ds. Ngendut	

Tabel 11 Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Slahung

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Sindhu Mulyo	Ds. Galak	Gatot Koco
2	Manggolo Loreng	Ds. Slahung	Andik Susilo
3	Simo Lelono	Ds. Janti	Tukimin
4	Cokro Birowo	Ds. Gundik	Suryono
5	P T O	Ds. Slahung	Sarminto
6	Singo Joyo Sentoso	Ds. Jebeng	Gunawan

7	Singo Taruno Joyo	Ds. Ngloning	Arimadi
8	Singo Dhito	Ds. Simo	Tukiran
9	Singo Barong	Ds. Wates	Slahung
10	Singo Manunggal	Ds. Broto	Djasmani
11	Singo Joyo	Ds. Menggare	Iskandar
12	Singo Mudo	Ds. Plancungan	Sarno
13	Singo Joyo	Ds. Mojopitu	Jemiran
14	Sardulo Mudo	Ds. Truning	Misdi
15	Simo Lelono	Ds. Janti	Tukimin
16	Singo Wijoyo	Ds. Crabak	Agus edi Susilo
17	Singo Manggolo	Ds. Broto	Siswandi
18	Singo Barong	Ds. Slahung	Misranto
19	Taruno Joyo	Ds. Duri	Senthot
20	Eko Budoyo	Ds. Wates	Nyamin
21	Singo Taruno Negoro	Ds. SMAN 1 Slahung	Yeni Fery Andrianto
22	Tamoyo Jalu Seto	MT Terpadu Jayanegara	Adimanto
23	Singo Bulu Uluh	MT Terpadu Jayanegara	Adimanto
24	Singo Wijaya	Ds. Galak	Sujiono
25	Sardulo Mudo	Ds. Mojo Pitu	Sukari
26	Tri Singo Budoyo	Ds. Duri	
27	Sawunggaling	Ds. Plancungan	
28	Tanugati	Ds. Truneng	
29	Singo Manggolo	Ds. Ngloning	
30	Ki Bendoroto	Ds. Simo	

Tabel 12 Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Ngrayun

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Singo Karyo Mudo	Ds. Cepoko	Hartono
2	Handoyo Mudo	Ds. Mrayan	Suparno

Tabel 13 Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Bungkal

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Singo Suryo Manggolo	Ds. Koripan	Paimun
2	Marto Puro	Ds. Bungkal	Sapto Piyono
3	Joyo Klipo	Ds. Bekare	Pairan
4	Singo Manggolo Iro	Ds. Kalisat	Sarkun

	Ndadaru		
5	Mahabharata	Ds. Kupuk	Agus Setiyono
6	SingoJoyo	Ds. Sambilawang	Marmin
7	Satrio Singo Joyo Naruto	Ds. Nambak	Setyo Saputro
8	Cokro Manggolo Seto	Ds. Munggu	Andri Catur Darminto
9	Gedong Manggolo	Ds. SMPN 2 Bungkal	Handoko wijayanto
10	Singo Barong	Ds. Bedi Wetan	Suparni
11	Singo Karsan Duryo	Ds. Bungu	Miswanto
12	Singo Landung	Ds. Bungkal	Guntur Sriyono
13	Aji Singo Joyo	Ds. Koripan	Turut Harianto
14	Singo Ndaru Manunggal	Ds. Kalisat	Joko Nugroho
15	Suro Margo Utomo	Ds. Belang	Misni
16	Pringgo Manggolo	Ds. Pager	Subarno
17	Rekso Budoyo	Ds. Pelem	Tarmun
18	Singo Gebang Joyo	Ds. Padas	J.W. Djumono
19	Singo Manggolo	Ds. Ketonggo	Sugeng Yulianto
20	Gembong Singo	Ds. Sambilawang	Sumono
21	Singo Seto MANunggal	Ds. Banjar	Rasid Purwanadi
22	Dwijo Coyo Winutuk	Ds. Munggu	Nora Tri Asmawan/Rijal
23	Singo Loko Joyo	Ds. Kupuk	
24	Singo Taruno	Ds. Kwajon	
25	Singo Sengoro	Ds. Bedi Kulon	
26	Singo Krido MANggolo	Ds. Bancar	

Tabel 14 Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Jetis

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Bimo Manunggal	Ds. Jetis	Pundjul
2	Singo Joyo	Ds. Karanggebang	Basri
3	Singo Margo Tomo	Ds. Turi	Bambang Santoso
4	Simo Ndaru Seto	Ds. Jetis	Ismani
5	Singo Manggolo	Ds. Ngasinan	Wiji
6	Ki Ageng Tunggul	Ds. Coper	Susilo
7	Singo Mulang Joyo	Ds. Karang	Sunarto

		Gebang	
8	Singo Gumelar	Ds. Kutu Kulon	Arsun Effendi
9	Singo Krido Tamaruno	Ds. Kradenan	Anas Fauzi Mustofa
10	Singo Margo Joyo	Ds. Turi	Yudi Hartono
11	Ronggo Besari	Ds. Tegalsari	Moh. Riyono
12	Singo Ndaru	Ds. Josari	Sad Pria Sunu
13	Wismo Singo Ketro	Ds. Wonokerto	Tunggul Wiyono
14	Singo Mojo Mustiko	Ds. Mojorejo	M. Zaenuddin
15	Singo Mojo Joyo	Ds. Mojomati	Sujud Suhajar
16	Singo BUdoyo	Ds. Turi	Tronjol
17	Singo Handoko	Ds. Karang Gebang	
18	Simo Ketro	Ds. Wonokerto	
19	Singo Rogo	Ds. Coper	
20	Singo Mudo Manggolo	Ds. Winong	
21	Suryo Alam	Ds. Kutu Wetan	

Tabel 15 Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Mlarak

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Singo Mulang Joyo	Ds. Jabung	Mulyani
2	Singo Welang	Ds. Totokan	Kayat
3	Singo Dipo	Ds. Tugu	Sunaryo
4	Galih Permono	Ds. Serangan	Agus Supriyadi
5	Singo Mulyo	Ds. Nglumpang	Slamet Riyadi
6	Krido Manggolo Putro	Ds. Mlarak	Mohammad Toha
7	Singo Kusumo	Ds. Suren	Sabar
8	Singo Pujo Budoyo	Ds. Candi	Cokro Suwito
9	Singo Mudo	Ds. Bajang	Priyo Buntoro
10	Singo Wulung Kurdo Pelembek	Ds. Serangan	Subolo
11	Sari Mulyo	Ds. Nglumpang	
12	Singo Manggolo Joyo	Ds. Ngabar	
13	Krido Manggolo Mudo	Ds. Mlarak	
14	Singo Klompur	Ds. Temon	Temu
15	Singo LOdoyo	Ds. Pangkal	Mujiyo
16	Singo Kubro	Ds. Tempuran	Seni
17	Turonggo Budoyo	Ds. Tumpuk	Wakidi

18	Kyai Ageng Tambayat	Ds. Grogol	Rochmadi
19	Singo Kembeng	Dsn. Senaran Ds. Temon	Siben
20	Sardulo Nareswari	Ds. Sriti	Tri Heni Astuti
21	Singo Joyo Mulyo	Ds. Temon	Sunarto
22	Singo Mulang Joyo	Ds. Tumpak Pelem	Bonadi
23	Joko Taruno	Ds. Ngadirojo	Kateno

Tabel 16 Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Sooko

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Praja Mudo Manggolo	Ds. Sooko	Mismun. Spd
2	Singo Ngesti Utomo	Ds. Sooko	Mesni
3	Joko Taruno	Ds. Ngadirojo	
4	Reyog Jaranan Kudo Taruno	Ds. Ngadirojo	

Tabel 17 Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Sambit

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Singo Seto	Ds. Pangkal	Yarno
2	Singo Lelono	Ds. Prayungan	Budiono SH
3	Singo Lelono	Ds. Bondrang	Taharudin
4	Singo Mulyo	Ds. Sawoo	Herni Sutarto
5	Suryo Manggolo	Ds. Grogol	Padjar
6	Agung Singo Mulyo	Ds. Tempuran	Kabul
7	Singo Joyo	Ds. Grogol	Bonawan
8	Singo Seto	Ds. Tugurejo	Mularto
9	Singo Joyo	Ds. Grogol	Rosmin
10	Singo Utomo	Ds. Tumpakpelem	Yateni
11	Singo Mulyo	Ds. Temon	Samuji
12	Singo Praja	Ds. Prayungan	Boyani
13	Singo Adi Mulyo	Ds. Kori	Mesijan
14	Singo Klompro	Ds. Temon	Temu
15	Singo Lodoyo	Ds. Pangkal	Mujiyo
16	Singo kobro	Ds. Tempuran	Seni
17	Turonggo Budoyo	Ds. Tumpuk	Wakidi
18	Kyai Ageng Tambayat	Ds. Grogol	Rochmadi
19	Singo Kembeng	Ds. Temon	Siben
20	Sardulo Nareswari	Ds. Sriti	Tri Heni Astuti

21	Singo Joyo Mulyo	Ds. Temon	Sunarto
22	Singo Mulang Joyo	Ds. Tumpakpelem	Bonadi
23	Joko Taruno	Ds. Ngadirojo	Kateno

Tabel 18 Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Ngebel

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Singo Gembor	Ds. Sempu	Fikso Rudianto
2	Singo Budoyo	Ds. Ngebel	Widodo
3	Singo Joyo	Ds. Sahang	Sudarto
4	Singo Wilis	Ds. Ngebel	Suwarno
5	Sardulo Seto	Ds. Wagir Lor	

Tabel 19 Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Pulung

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Onggo Dipo	Ds. Kesugihan	Harsono
2	Singo Guno	Ds. Pulung	Mulyono
3	Dhono Kliwon	Ds. Patik	Nuryanto
4	Iro Branti	Ds. Munggung	Tri Mas Budi
5	Haryo Kusumo	Ds. Wotan	Basuk Hardi
6	Singo Birowo	Ds. Serag	Tarno
7	Singo Mudo	Ds. Pulung Merdiko	Sulni
8	Kumbang Ali-ali	Ds. Munggung	Harun
9	Singo Bawono	Ds. Pomahan	Yatiran
10	Kukuh Sardulo Seto	Ds. Sidoarjo	Sutarto
11	Suro Mentono	Ds. Bedrug	Eko Purwanto
12	Singo Mudo Manggolo	Ds. Bekiring	Edi Kristianto
13	Ki Panjul Singo Manggolo	Ds. Singgahan	Misno Basuki
14	Singo Broto	Ds. Pomahan	Suyatno
15	Yudo	Ds. Wagir Kidul	Masroen
16	Ludoyo Budoyo	Ds. Banaran	Parlan
17	Simo Budoyo	Ds. Tegalrejo	Sarwono
18	Singo Dono Wilis	Ds. Wagir Kidul	Slamet
19	Ki Surojoyo	Ds. Bekiring	Tulus Cahyono
20	Singo Hajo Kusumo	Ds. Pulung	Setyo Pujo Dwi Siswanto
21	Krido Budoyo	Ds. Patik	Winaryo

22	Singo Mudo	Ds. Pomahan	Parni
-----------	------------	-------------	-------

Tabel 20 Daftar Grup Reyog dari Kecamatan Puduk

No	Nama Group Reyog	Alamat	Nama Pimpinan
1	Singo Kembang Joyo	Ds. Puduk Kulon	Kuslan
2	Singo Joyo	Ds. Puduk Kulon	Haryono
3	Singo maulono	Ds. Krisik	Moch. Zainudin
4	Tumenggung Alap-alap	Ds. Puduk Wetan	Lono
5	Singo Joyo	Ds. Bareng	Jarno
6	Simo Joyo	Ds. Tambang	Sentun
7	Singo Lawe	Ds. Krisik	Kateni
8	Singo Alap-alap	Ds. Puduk Wetan	Suwarni
9	Singo Joyo	Ds. Banjarejo	Nurlan
10	Singo manunggal	Ds. Suru	
11	Singo Tirto Seto	Ds. Klepu	
12	Margo Laksono Mudo	Ds. Sooko	